



Mestrado em Gestão

Área de especialização de Contabilidade e Auditoria

Princípios de Responsabilidade Social:

Como vão as coisas nas pequenas e médias empresas do Portugal
periférico?

Mestrando: *Nuno Álvares de Sá Potes Cordovil*

Orientador: *Prof. Doutor José Afonso Roberto*

Dissertação de mestrado

Évora, Setembro de 2009



Mestrado em Gestão

Área de especialização de Contabilidade e Auditoria

Princípios de Responsabilidade Social:

Como vão as coisas nas pequenas e médias empresas do Portugal
periférico?

Mestrando: *Nuno Álvares de Sá Potes Cordovil*

Orientador: *Prof. Doutor José Afonso Roberto*

Dissertação de mestrado



170 363

Évora, Setembro de 2009

Gratificio

Ao meu orientador, pelo apoio e disponibilidade permanente;

Aos meus colegas e amigos que ajudaram na revisão deste trabalho;

Aos alunos de mestrado e licenciatura que colaboraram na recolha dos dados;

À minha família de quem tantas vezes me ausentei;

Ao Professor *Joseph Bigio*, que me incentivou neste tema e ao António Toureiro que me fez ver a possibilidade de voltar a estudar,

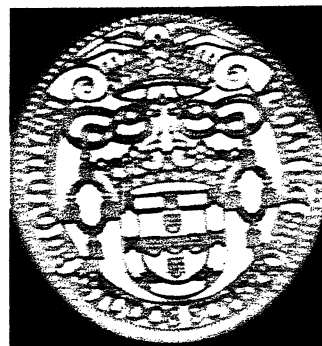
A minha gratidão;

Ao ISESE – Instituto Superior Económico e Social de Évora, precursor do ensino universitário nesta Cidade, onde me licenciiei:

À de Jesus que o promoveu e para cá enviou alguns dos seus membros;

Aos Condes de Vilalva que como mecenas, possibilitaram o seu funcionamento;

A todos os seus professores, alunos e funcionários que aí deixaram a sua alegria,



Dedico este trabalho,

No centenário do nascimento de minha Mãe¹

¹ D. Rosa Angélica da Câmara Manoel de Potes Cordovil nasceu em Arraiolos a 17 de Fevereiro de 1910 e faleceu em Évora a 13 de Outubro de 2006. Foi precursora de Responsabilidade Social não institucional. Visitadora dos presos na velha cadeia de Évora, colaboradora da Sopa dos Pobres, iniciadora da Obra do Soldado (que mais tarde se transformou em Movimento Nacional Feminino) bem como da Obra Nacional da Pastoral dos Ciganos...

Índice

Gratificação	- 1 -
Índice	- 2 -
Índice de Tabelas	- 4 -
Índice de Gráficos	- 5 -
Lista de Acrónimos	- 6 -
Glossário de termos pouco utilizados em Portugal:.....	- 7 -
Resumo	- 8 -
1 - Introdução	- 9 -
1.1. Enquadramento Geral	- 9 -
1.2. Problema de Estudo	- 11 -
1.3. Objectivos.....	- 11 -
2 - Revisão da Literatura	- 13 -
2.1 A evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial	- 13 -
2.2. Princípios de Responsabilidade Social na dimensão ética e moral.....	- 18 -
2.2.1. Ética e Responsabilidade Social na Economia e na Sociedade	- 18 -
2.2.2. A influência da Doutrina Social da Igreja	- 23 -
Período Clássico: o tempo da terceira via	- 23 -
Concílio e pós-Concílio	- 28 -
À passagem do milénio.....	- 29 -
2.3 – Princípios de Responsabilidade na perspectiva jurídico-legal.....	- 32 -
2.3.1. Sócios/proprietários	- 34 -
2.3.2. Trabalhadores	- 35 -
2.3.3. Clientes / Consumidores.....	- 39 -
2.3.4. Concorrentes.....	- 41 -

3 - Metodologia	- 43 -
3.1. Fundamentação	- 43 -
3.2. Opções metodológicas.....	- 44 -
3.3. Recolha e tratamento dos dados.....	- 45 -
3.3.1. Principais etapas	- 45 -
3.3.2. O instrumento de recolha de dados.....	- 46 -
4 - Análise de Dados	- 49 -
4.1. Contextualização global.....	- 49 -
4.2. Pormenorização comparada.....	- 54 -
5 – Conclusão	- 61 -
Bibliografia	- 64 -

Índice de Tabelas

Tabela 1: Resumo de instrumentos para a Responsabilidade Social das Empresas	- 10 -
Tabela 2: Principais documentos ligados à Doutrina Social da Igreja.....	- 31 -
Tabela 3: Legislação de referência quanto a responsabilidade das empresas	- 42 -
Tabela 4: Distribuição das respostas por Distrito	- 51 -
Tabela 5: Distribuição das respostas por Ramo da Actividade.....	- 52 -
Tabela 6: Distribuição dos responsáveis da empresa, por género	- 52 -
Tabela 7: Respostas obtidas na questão 1 sobre a RSE	- 53 -
Tabela 8: Respostas obtidas na questão 15 sobre Compromissos ambientais	- 56 -

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Conhecimento sobre RSE	- 54 -
Gráfico 2– Informações sobre o balanço social	- 55 -
Gráfico 3 – Preocupação com o bem estar dos empregados.....	- 56 -
Gráfico 4 Educação e consciencialização ambiental.....	- 57 -
Gráfico 5- Selecção dos fornecedores	- 58 -
Gráfico 6- Consumidores e clientes.....	- 58 -
Gráfico 7- Relacionamento com a comunidade.....	- 59 -
Gráfico 8- Responsabilização com o governo e a sociedade.....	- 60 -

Lista de Acrónimos ²

Acrónimo	Descrição
ACEGE	Associação Cristã de Empresários e Gestores
ACT	Autoridade para as Condições do Trabalho
AIP-CE	Associação Industrial Portuguesa – Confederação Empresarial
APEE	Associação Portuguesa de Ética Empresarial
APPACDM	Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental
BCSD Portugal	Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável
CEPAA	<i>Council for Economic Priorities Accreditation Agency (Órgão de Credenciamento do Conselho de Prioridades Económicas)</i>
CERES	<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i>
CRP	Constituição da República Portuguesa
DGAE	Direcção Geral das Actividades Económicas
ECOSOC EITI	<i>United Nations Economic and Social Council Extractive Industries Transparency Initiative</i>
ETHOS	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
GRI	<i>Global Reporting Initiative</i>
IAPMEI	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas Industriais
ICEP	Instituto das Empresas para os Mercados Externos
IDICT	Instituto de Desenvolvimento e Inspeção das Condições de Trabalho
ISCEF	Instituto Superior de Ciências Económicas e Financeiras
ISCTE	Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa
ISEA	<i>Institute of Social and Ethical Accountability</i>
ISESE	Instituto Superior Económico e Social de Évora
ISO	<i>International Organization for Standardization</i>
OCDE	Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico
OIT	Organização Internacional do Trabalho

² Alguns destes acrónimos poderão não ser mencionados neste trabalho mas foram referidos em algum trabalho revisionado. Dada a dificuldade por vezes sentida em decifrar muitos destes termos decidiu-se integrá-los nesta pequena lista.

Acrónimo	Descrição
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PE	Parlamento Europeu
PED	Países em Desenvolvimento
PME	Pequena e Média Empresa
RSE	Responsabilidade Social das Empresas
RSE Portugal	Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UE	União Europeia
UNEP	<i>United Nations Environment Programme</i>
UNIAPAC	<i>International Christian Union of Business Executive</i>

Glossário de termos pouco utilizados em Portugal:

Português-Brasil	pág	Português- Portugal	Português-Brasil	pág	Português- Portugal
Antipropina	17	Suborno	Geração de renda	35	Valor acrescentado
Cesta básica	22	Cabaz de compras	Gerenciamento	29, 40, 41	Gestão
Coleta	30	Recolha	Imposto de renda	51	IRS / IRC
Descarte	31, 39	Remoção	Inadimplência	28	Incumprimento, endividamento
Destinação	30	Destino	Nota fiscal	32	Factura
Entorno	41, 42	Vizinha, Vizinhança	Santinhos	49	Autocolantes
Fechamento	30	Fecho	Trabalhista	32	Laboral

Resumo

O presente trabalho aborda a problemática da Responsabilidade Social Empresarial no âmbito das Pequenas e Médias Empresas, e corresponde à dissertação exigida para conclusão do Mestrado em Gestão da Universidade de Évora. Analisa-se o ‘estado da arte’ naquela matéria, verifica-se que o problema da responsabilidade social não é uma novidade das últimas décadas e apresenta-se o resultado da aplicação no Alentejo de um inquérito utilizado no Brasil pela Ethos-Sebrae para medir a consciencialização das PME relativamente às questões da Responsabilidade Social. Conclui-se pela necessidade de implementar acções de formação, sensibilização e assessoria, junto dos pequenos empresários, através de Instituições sem fins lucrativos.

Palavras-chave: *benchmarking*; parceiros sociais; PME’s; RSO/RSE; sustentabilidade;

PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): HOW ARE THINGS GOING ON IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs) FROM PERIPHERAL PORTUGAL?

Abstract

This work is focused on the subjects of small and medium size enterprises concerning the Corporate Social Responsibility (CSR), and it is the required exposition for the conclusion of the Masters degree in Management given by the University of Évora. It contains the analysis of the “state of the art” in this subject, confirming that the problem of social responsibility is not a new concern in the last decades. Besides it presents the result of the application in Alentejo of an inquire used in Brazil by Ethos- Sebrae to measure the level of conscience of the small and medium size companies in what concerns to their social responsibility .

It comes to the conclusion it is required that non-profit institutions should implement workshops, actions of awareness and advisory directed to small enterprisers.

Key words: benchmarking; CSR; SMEs; social partners; sustainability.

1 - Introdução

1.1. Enquadramento Geral

“Defendo que o maior e mais sensato gestor não deverá almejar a maximização dos lucros, antes sim, a ‘optimização’ dos mesmos”

(Bigio, Joseph, 2002).

De há alguns anos a esta parte, cada vez mais empresas apresentam relatórios de sustentabilidade, como prática de boa gestão que se deve incentivar; no entanto, há que ter em atenção a sua transparência e as vantagens reais para os vários parceiros sociais, que devem ser verdadeiramente ‘partes interessadas’.

Começam a aparecer vários grupos de pressão a exigir garantias sobre os produtos e serviços que consomem, em termos ambientais, laborais, ou de outro cariz, no que se refere a valores como a transparência, a ponto de as empresas visadas se sentirem pressionadas pelo mercado de capitais, pois um dos actuais indicadores com elevado peso nas cotações bolsistas é a classificação da entidade no que diz respeito às várias normas segundo as quais há que divulgar se estão a ser cumpridos diversos requisitos considerados importantes, em grelhas de comparação.

Pernas e Caiado (2008), no *kit* de “Capacitação e Desenvolvimento de Competências em RSE”, a páginas 10, citam um estudo realizado pela *MORI* e pela *CSR Europe*, apresentado em Novembro de 2000, abrangendo cerca de 12000 pessoas de 12 países da UE, em que se chegou às seguintes conclusões:

- “70 % dos consumidores Europeus afirmam que o empenho das empresas para com a sua responsabilidade social é importante aquando da decisão de adquirir um produto ou um serviço;
- 44 % destes consumidores estão dispostos a pagar mais por um produto que seja social e ambientalmente responsável”.

Já existem diversos instrumentos internacionais de promoção e avaliação do modo de aplicação da Responsabilidade Social pelas empresas, mas não há uma uniformização neste sentido sendo o *GRI – Global Reporting Initiative*, aquele que estará melhor posicionado neste momento, a par de outros mais especializados (ver Tabela 1).

Tabela 1: Resumo de instrumentos para a Responsabilidade Social das Empresas

CÓDIGOS GERAIS	Global Compact GRI, Global Reporting Initiative Global Sullivan Principles Accountability AA 1000
MEIO AMBIENTE	ISO 14001 Princípios Equator Greenhouse Gas Protocol
FINANCEIRO	Dow Jones Sustainability Index
SUBORNO E CORRUPÇÃO	Council of Europe's anti-corruption activities European Union policy against corruption
DIREITOS HUMANOS	Normas de Direitos Humanos das Nações Unidas para as Empresas
TRABALHO	

Fonte: Adaptado de Proença e Santos (2008) "Guia sobre Responsabilidade Social das Empresas Portuguesas em Países em Desenvolvimento"

No entanto sabemos, também, que tanto a análise ponderada por técnicos da empresa, como a certificação dessa análise por uma terceira entidade, são bastante dispendiosas, surgindo assim a questão da possibilidade das PME também terem efectivo acesso a este género de instrumentos. Neste sentido, actuam em Portugal algumas redes de Responsabilidade Social nas quais qualquer empresa pode participar, como sejam: Grace, Associação Cristã de Empresários (ACEGE), Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE), Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas (RSE Portugal), Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (BCSD), ou *Global Compact*, entre outras.

É hoje comumente aceite que as empresas já não são entidades estanques aos interesses externos aos seus proprietários, os *shareholders*, sejam estes verdadeiros interessados na gestão das mesmas ou puros especuladores apenas interessados nos lucros distribuídos. Na realidade, hoje em dia é expectável que a empresa tenha permanentemente em conta os interesses de alguns outros parceiros sociais (*stakeholders*): os seus trabalhadores, as empresas fornecedoras a montante, ou mesmo os clientes a jusante, os vizinhos que suportarão externalidades, tanto negativas como positivas dela provenientes, ou o próprio Estado.

É pois necessário tratar, de forma mais abrangente, esta problemática que começa a ser objecto de preocupação por alguns extractos da população mundial atentos aos sinais dos tempos: as intempéries incontroladas, os fluxos migratórios humanos, o fosso entre aqueles que são cada vez mais ricos e toda pobreza generalizada que se vê, não apenas em termos de comparação internacional mas também entre regiões, ou mesmo entre bairros da mesma cidade. No entanto trata-se de um problema mais profundo e que tem a sua raiz no modo como o homem vê o outro homem. Há mais de cem anos que a Doutrina Social da Igreja foca este ponto a uma civilização que teima em tapar os ouvidos a esta chamada de atenção.

1.2. Problema de Estudo

A questão levantada diz respeito ao desconhecimento sobre Responsabilidade Social que parece existir, designadamente entre a comunidade dos pequenos empresários. Há que tentar medir esse presumível desconhecimento e verificar a sua razão de existir, partindo do princípio que se trata de mera falha na transmissão desta ferramenta de gestão. Explicando as vantagens e facilitando a aplicação, será possível melhorar esta apetência pelos responsáveis pelas PME. Dado que a metodologia *GRI*, ou a da *ISO 26000*, não é fácil nem barata, será introduzida de forma faseada, através da pedagogia que é dada pela aplicação da bateria de testes *Ethos-Sebrae*.

1.3. Objectivos

Pretende-se com este trabalho obter respostas para as questões colocadas na secção anterior, no sentido de fazer alguma luz no que diz respeito ao problema de estudo identificado. Nesse sentido, considera-se indispensável avaliar a consciencialização dos pequenos e médios empresários para com a Responsabilidade Social, o que será levado a cabo por via da aplicação de um inquérito já validado pelo Instituto Ethos, o qual incorpora uma vasta bateria de indicadores, conforme se explicará mais adiante, no capítulo da Metodologia. Em concreto, estabelecem-se, portanto, os seguintes objectivos:

- perceber o posicionamento de uma amostra de pequenas e médias empresas com sede no Alentejo (embora com algumas de fora para comparar), relativamente a

cada um dos três pilares do desenvolvimento sustentável (económico, social e ambiental);

- identificar eventuais factores de diferenciação dessas empresas, no que diz respeito ao modo como encaram a problemática da RSE;
- promover, através do contacto directo com os responsáveis dessas pequenas ou médias unidades económicas uma maior sensibilização para os problemas da sustentabilidade a longo prazo;
- avaliar a necessidade de formação dos diversos parceiros sociais que integram as redes de relações das empresas inquiridas.

2 - Revisão da Literatura

“Conhecer não é um acto apenas material, porque o conhecido esconde sempre algo que está para além do dado empírico.”

Bento XVI (2009)

2.1 A evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial

“Não parece haver dúvida que os clientes, os poderes públicos, os investidores, as entidades ambientais, e a sociedade em geral projectam hoje sobre a vida das organizações um elenco vasto de desafios e requisitos que recomendam velada atenção à RSE” (Moreira *et al.*, 2003, p.100).

Embora a nível europeu esta questão tenha começado, consensualmente, pela Agenda de Lisboa, em 2000, no sentido do alerta, da chamada de atenção dos responsáveis, seja a que nível for, como recordou *Dominique Be*, um alto responsável pelos Assuntos Sociais da União Europeia, ao discursar no Seminário RSO, promovido pelo IDICT em Junho de 2003, já o Protocolo de Quioto e Conferências como Toronto, Rio de Janeiro, Copenhaga e outras grandes reuniões sobre esta temática haviam chamado a atenção dos governantes para a necessidade da Responsabilidade Social, seja de entidades públicas ou privadas.

Inúmeras instituições em todo o mundo começam a despertar para a problemática. São disso exemplo o *ISEA – Institute of Social and Ethical Accountability*, de Londres, o *CEPAA – Council for Economic Priorities Accreditation Agency* (Órgão de Credenciamento do Conselho de Prioridades Económicas), o *CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies)* em associação com o *UNEP (United Nations Environment Programme)*, que criam normas e recomendações para generalizar este empenho. Nessa linha, a *International Organization for Standardization* está a desenvolver a ISO 26000, como norma a utilizar na implementação da responsabilidade social por parte das pequenas organizações, prevendo tê-la completamente testada e pronta a aplicar em 2010 e, com base nela foi já aprovada a Norma Portuguesa (NP) 4469, pela Comissão Técnica 164 – Responsabilidade Social, de que fazem parte várias instituições, parceiras sociais, sob a direcção da APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial.

Antes do mais, será importante distinguir os conceitos de Sustentabilidade e Responsabilidade Social.

É aqui considerado que, para almejar a sustentabilidade a médio/longo prazo, é necessário ter em atenção, desde logo, a responsabilidade social. Com efeito, “A sustentabilidade passa assim pela implementação empresarial de uma nova maneira de gerir empresas. Uma empresa sustentável assentará em três pilares: ambiente, social e económico. Estas três áreas terão de agir interactivamente, e o desenvolvimento económico sustentável da empresa ocorrerá na intercepção dos interesses de cada um dos pilares.” (Beja, 2006, referindo Santos, 2003). E o Livro Verde da Comissão Europeia (2001), define a RSE como a “integração voluntária, por parte das empresas, de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua relação com todas as partes interessadas”.

No decurso da pesquisa foram consultadas várias páginas digitais como:

- *Ethos*, no Brasil: “Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas Passo a Passo”, acedido em Jun2008: http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf ;
- *Delloite*, em Portugal: “O Desafio do Desenvolvimento Sustentável nas Empresas Portuguesas”, estudo segundo metodologia internacional de inquéritos, <http://www.bcsdportugal.org/files/100.pdf>, acedido em Jun2008;
- *KPMG*, em todo o mundo, mas através de várias páginas portuguesas, <http://www.aneop.pt/docs/KPMG%20-%20Resultados%20Inquerito%20.pdf> , acedido em Jun2008;
- IAPMEI, em Portugal, no que se refere ao seminário final da 2ª fase do projecto “Ser PME Responsável”, enquadrado na iniciativa comunitária *EQUAL*.³

Dessas consultas ressalta, genericamente, a ideia de que o desempenho da Responsabilidade Social está na ordem do dia do sector financeiro como se verifica por exemplo nos Princípios de Equador, no *Dow Jones Sustainability Index* ou no *FTSE4 Good Index* influenciando as Bolsas de Valores, e a nova tendência de Fundos de

³ “Adaptado do questionário de sensibilização “Empresas Responsáveis”, desenvolvido pela Campanha Pan Europeia de sensibilização para a responsabilidade social das empresas, iniciativa da Direcção Geral da Empresa da Comissão Europeia” tem um pequeno inquérito de pré-diagnóstico.

Investimento de Responsabilidade Social, englobando não apenas o aspecto económico mas também os aspectos social e ambiental como se pode referir em acordos como *Union Emissions Trading Scheme* ou *Protocolo de Kyoto*. (<http://www.bcsdportugal.org/content/index.php?action=articlesDetailFo&rec=217&tpPage=Print>), acedido em Set2009. Por outro lado verifica-se uma diferença na resposta das grandes e das pequenas e médias empresas, conforme se pode retirar dos relatórios da KPMG, designadamente que “as principais motivações apontadas pelas empresas portuguesas para o relato destes temas, são a inovação e as questões de ética e integridade.”(<http://www.bcsdportugal.com/content/index.php?action=articlesDetailFo&rec=1197>, acedido em Jun2008). Claro que é difícil tirar conclusões para as PME quando a maior parte dos estudos se baseiam nas grandes empresas. Fica porém a ideia de que os pequenos empresários imitariam os grandes se tivessem conhecimentos e possibilidades financeiras para lá chegar...

Por outro lado, de um Seminário promovido em Junho de 2003 pelo IDICT foi possível reter algumas afirmações que mostram a actualidade das preocupações em torno da temática em estudo:

“Há empresas que não têm ainda a percepção do interesse da adopção destas práticas. Daí que o que queiramos fazer seja «vender» a RS às empresas, como um instrumento de gestão e não pedir-lhes filantropia ou caridade pública. Ajudar a que vejam na RS um instrumento de boa gestão, que permite tratar as novas questões com que as empresas se deparam hoje em dia” (*Dominique Be*);

“A RS das organizações constitui uma enorme oportunidade para as empresas, porque altera o patamar competitivo, permite aos ganhadores aumentarem a vantagem, permite aos perdedores voltarem a entrar em jogo, porque constitui uma ferramenta de *soft management* e, hoje, as empresas com sucesso, são pilotadas com estas ferramentas” (José Carlos Zorrinho).

“E quando se pergunta por que é que, apesar de tudo, algumas organizações não adoptam esta postura, as respostas que encontramos no Relatório da Comissão Europeia sobre as Pequenas e Médias Empresas e a responsabilidade social e ambiental (Observatório das PME europeias, 2002, nº 4), são estas: falta de sensibilidade ou desconhecimento da problemática, escassez de recursos (quer tempo, quer dinheiro) e ausência de ligação com as actividades da empresa” (José Neves, Professor do ISCTE – Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa). Arménio Rego, José Manuel

Moreira e Cláudia Sarrico, professores na Universidade de Aveiro, escreveram em 2003 um livro intitulado “Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas” que aborda a problemática da responsabilidade social com um estudo envolvendo as melhores empresas para se trabalhar em Portugal, cotejando trabalho semelhante efectuado em Espanha pela *Forética – Foro para la Evaluación de la Gestion Ética*. Neste livro levantam-se algumas questões interessantes a que iremos tentar dar resposta no presente estudo como “parece ser necessário que estudos posteriores permitam:

- Atender às particularidades de cada empresa, designadamente no que concerne às relações com países de cultura e práticas económicas e empresariais sui generis;
- Compreender as especificidades das empresas instaladas em solo português que, cada vez mais significativamente, empregam mão-de-obra culturalmente diversificada;
- Atentar na especificidade das empresas de pequena e média dimensão e compreender, por exemplo, que os mecanismos de certificação ambiental podem ser para elas especialmente dispendiosos. Daí resulta a necessidade de edificar quadros de actuação pública mais condizentes com tais especificidades.”

Taiane Campos, professora no Instituto de Ciências Gerenciais da PUC Minas e Suzana Rodrigues, professora de Administração no Cepead/UFMG e na *Birmingham Business School*, fazem um breve estudo onde se relata o estado da arte da Responsabilidade Social, no seu artigo “Performance social corporativa e performance económica: algumas contribuições para o debate”, publicado em 2003 na revista *Economia e Gestão*, em Belo Horizonte. Baseiam a sua tese em dois conjuntos de teorias: Teoria da Estratégia Competitiva, proposta por *Barney* (1991) e Teoria dos Custos de Transacção (*Williamson*, 1975, 1985). Seguindo *Cannon* (1994) as autoras sublinham que “a indiferença é a resposta dominante especialmente entre as pequenas e médias empresas”, o que justificará “as contribuições e limitações de debate acerca da responsabilidade social e os impactos sobre o desempenho económico-financeiro das organizações, desenvolvidos ao longo dos anos 80 e 90”.

Igualmente interessante é o artigo “*Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*” de *Archie B. Carroll* (1999), da Universidade da Geórgia, por

fornecer um historial, desde 1950 até 1990, da evolução conceptual da responsabilidade social corporativa, no contexto teórico da gestão ética.

A este mesmo propósito, também Raquel Flores se pronuncia recentemente, afirmando que a ciência de Gestão “contribui neste contexto apresentando ferramentas que possibilitam o desenvolvimento destas acções”. Note-se que enquanto a Escola Clássica procurava a racionalização do trabalho e com isso dos recursos, a Escola de Recursos Humanos levava à inclusão das pessoas. Por outro lado, a Abordagem Estruturalista ao fazer a análise dos conflitos, procurava melhorar as condições de trabalho, a Escola dos Sistemas Abertos buscava esclarecer a relação entre a organização e o ambiente e a Abordagem Contingencial incentivava as discussões acerca dos *stakeholders* e da dependência dos recursos. (http://www.fucape.br/premio/melhores_2008/127.pdf, acedido em Mar2009).

Importa anotar que na acima referida acção de sensibilização/formação da RSE Portugal, “Facilitadores para a Responsabilidade Social”, foram distribuídos: um *kit* de “Capacitação e Desenvolvimento de Competências em RSE”, um Guia sobre “Responsabilidade Social das Empresas Portuguesas em países em desenvolvimento”, bem como o “ABC do Voluntariado Empresarial”. Estes documentos destinam-se a munir os facilitadores de ferramentas apropriadas à multiplicação desta acção nas empresas, no âmbito da Iniciativa Comunitária EQUAL, através de:

- “Formação de facilitadores para a RSE – que visa a formação de uma «massa crítica» de pessoas que possam actuar como embaixadores para a RSE;
- Criação de modelo de redes locais para a RSE – tendo a RSE um impacto diferenciado a nível local e regional, aparece como fundamental a necessidade de criar um modelo referencial de redes que possa agregar as várias entidades locais (autarquias, empresas, ONG, etc.) e integrar nesse modelo as várias especificidades locais, gerando desta forma um conjunto de respostas mais adequadas e eficazes;
- ABC do Voluntariado empresarial qualificado – com esta actividade, pretende-se essencialmente fazer um levantamento nacional das competências chave necessárias e disponíveis a serem utilizadas em projectos de voluntariado, potenciando assim a eficácia destas iniciativas, para as empresas e para a comunidade”.

Mas é pena que estas acções de formação continuem a efectuar-se apenas em Lisboa onde, por acaso, estão duas pessoas de Évora e uma de Setúbal. Será lentamente que esta rede irá cobrir todo o país.

Ao longo do presente estudo constatou-se existir uma certa indiferença entre algumas pequenas e médias empresas quanto aos problemas de RSO, tanto por causa da situação de crise generalizada que se está a viver como também por simples desconhecimento da existência de formas viáveis de abordagem ao tema.

Entretanto, ao meditar no modo de organizar este trabalho académico considerou-se que, sendo um problema de gestão actual, ele não é novo, e já foi assinalado sob várias perspectivas. Verificando que se trata de um ramo da Ética que está a brotar, optou-se por procurar algumas raízes principais que não podem ser ignoradas. É que o gestor, o tecnocrata, ou o pensador, não se pode divorciar da sua face humana, cultural ou religiosa que lhe determina uma visão muito particular dos problemas do mundo. É sobre isso que se procura reflectir nos parágrafos seguintes.

2.2. Princípios de Responsabilidade Social na dimensão ética e moral

2.2.1. Ética e Responsabilidade Social na Economia e na Sociedade

Sampaio e Mello (2008), por exemplo, refere que a Economia só estará bem se para uma empresa melhorar não for necessário prejudicar qualquer outra. E baseia esta ideia nas características do individualismo na cultura Ocidental – a liberdade que fundamenta “a iniciativa do ser humano na busca de melhorar a sua condição pessoal” e da igualdade, suporte “da sociedade aberta – com mobilidade empresarial e social – e também da sociedade plural”. É verdade que o liberalismo económico se apoia numa rede interactiva de muitos agentes económicos, cada um agindo no seu próprio interesse e sem qualquer interferência do Estado. Mas a verdade é que esta “interacção pode produzir divisões muito diferentes do valor criado, embora todas conduzam a uma utilização eficiente dos recursos”, isto é, não garante que o lucro e a distribuição da riqueza sejam justos, dado que, como refere o aforismo utilitarista de Nietzsche, “as sensibilidades morais estão hoje em discordância tão grande que enquanto para um homem a moral se prova pelo que para este é útil e válido, para outro o que é útil não valida e até rejeita a moral”.⁴ Não se pode pois pretender que esta atonicidade de

⁴ “*Daybreak: Thoughts on the Prejudices of Morality*” (citado por Sampaio e Mello, 2008)

agentes económicos produza sempre um resultado equitativo. “O que resulta é uma riqueza desigual em que os mais ricos tendem a acumular relativamente mais e os que têm menos, embora possam ter oportunidades, nem sempre são capazes de as concretizar”. Além disso, segundo *Adam Smith*⁵, citado por Sampaio e Mello (2008), a actuação de cada agente é baseada no seu próprio interesse, o qual pode resvalar para, em último caso, se chegar à corrupção quer da sociedade quer do próprio Estado e a uma significativa redução da eficácia da justiça.

Sampaio e Mello (op. cit.) aborda ainda os actuais problemas com que se tem confrontado a sociedade contemporânea a propósito dos incentivos dados pelas empresas com o intuito de “despertar vontades”. É que realmente talvez se verifique que “os incentivos são insuficientes para travar desvios” e muitas vezes deixam de ser um influenciador de comportamentos para passarem a ser manipulados. E aproveita para lembrar Platão, na sua obra “*Symposium*”, onde este escrevia que “o homem tem preocupações de nível mais elevado, como a honra, o reconhecimento, a vergonha, a lealdade, a necessidade de amor e de pertença”. Cita igualmente outra passagem de “A Riqueza das Nações”: “Um homem devia ver-se não como separado ou isolado do seu semelhante, mas como um cidadão do mundo, um membro da vasta liga das nações... e no interesse desta grande comunidade, deveria sempre sacrificar o seu pequeno interesse próprio”.

Para ilustrar o debate que tem vindo a fazer-se acerca destes temas, Sampaio e Mello (op. cit.) refere ainda um confronto entre *Richard Ely*, fundador da *American Economic Association* e um guru economista e sociólogo, *William Summer*, em que o primeiro referia como “princípio fundamental de toda a organização estável e duradoura, o mandamento «amarás o teu próximo como a ti mesmo» (*Mt 12, 31; Lv 19,18*), explicando que se aplica nos actos que praticamos diariamente, nas nossas compras, vendas e nos lucros que fazemos”, enquanto o segundo “defendia o darwinismo social e opunha-se a toda a intervenção providencial para socorrer os mais necessitados”.

Sampaio e Mello (op. cit.) pergunta também o que seria da sociedade sem confiança. É que muitas normas [até o valor fiduciário do dinheiro ...] se apoiam fortemente na confiança e na esperança com que se interage hoje na sociedade. Agindo as pessoas no seu próprio interesse, não é de esperar que se alcance uma “sociedade perfeita mas o

⁵ “A Riqueza das Nações” (Idem)

horror Hobbesiano de uma existência cruel, bruta e curta”. Diz também que transparecem, entretanto, duas correntes de pensamento no que se refere à maximização de valor na empresa, distinguindo as que o pretendem maximizar só para os accionistas e as que ponderam igualmente os interesses de outros parceiros como os gestores, trabalhadores, clientes e consumidores, fornecedores e a própria comunidade envolvente. Simplesmente para os *shareholders* ou para todos os *stakeholders*? Contrariamente ao pensamento de *Milton Friedman*,⁶ constata-se que a maximização do valor só para o accionista não beneficia nem a sociedade nem a própria empresa, pois esta limitação de beneficiários cria conflitos entre este grupo e os restantes intervenientes, originando “custos acentuados e entropias, uns e outros fazendo com que o óptimo seja impossível”. E cita, pelo contraditório, *Howard Schultz*⁷ que diz: “uma empresa só vence quando põe consciência e alma em tudo o que realiza, e partilha isso com todos os seus funcionários e clientes, a fim de criar nestes o entusiasmo e a paixão por aquilo que a empresa faz”. Será neste sentido que as empresas fazem um esforço para serem transparentes tanto em contratos para com terceiros como nas informações que transmitem ao mercado e tentam “limitar os comportamentos oportunistas da parte dos gestores”, facilitando a fidelização de clientes, ou desenvolvem a *supply chain management* com o empenho dos fornecedores. No mesmo sentido parecem apontar Roberto e Serrano (2006) quando subscrevem a perspectiva de *Svendsen* (1998), segundo a qual é preciso gerir as audiências numa base de «*stakeholders collaboration*», num princípio sustentável ou adoptando o apontamento de *Post et al.* (2002) que refere a necessidade de um alinhamento interno e externo nos três principais elementos de uma organização: estratégia, estrutura e cultura.

Sampaio e Mello foca igualmente o dilema em que se colocam os gestores, ao verificarem a necessidade de colaborar com toda a panóplia de *stakeholders* mas referindo que o seu principal objectivo é a maximização de valor para o *shareholder*, tanto por uma questão de ‘lealdade’ para com quem os contrata, como, e infelizmente, por causa da base de cálculo da sua remuneração, tantas vezes baseada em *stock options* e acções. Na realidade este modo de agradar aos gestores pode não ser a melhor política, como está bem demonstrado com a actual crise financeira, motivada em grande parte pelo elevado valor das acções, não baseado no valor real da empresa, mas antes num

⁶ “*The Social Responsibility of Business is to increase its Profits*”, citado por Sampaio e Mello (op. cit.).

⁷ Em entrevista à CNN a 31 Dez 2007, referida por Sampaio e Mello (op. cit.).

outro bastante inflacionado por interesses especulativos de contornos escandalosos e que, no fundo, vieram prejudicar os próprios accionistas. ‘Virou-se o feitiço contra o feiticeiro’. Não se deveria incentivar esta forma de pagamento que desenvolve a ganância e aumenta enormemente o leque salarial sem que, na realidade, se traduza em valor acrescentado. Ciente disto, *Barak Obama* decidiu limitar o tecto salarial dos gestores das empresas que peçam ajuda financeira ao Tesouro norte americano, o que foi entendido na opinião pública como uma posição de travão nesses prémios a alguns dos responsáveis pela crise. Já em 1944 *The Economist* apontava esta questão, causadora de problemas de justiça social, como refere ainda Sampaio e Mello (op. cit.).

Ainda de acordo com o pensamento deste autor, a sociedade capitalista baseia-se na acumulação da riqueza, mas isto é possível de modos diferentes: através de jogos de soma positiva, *win-win* – criando riqueza que ainda não há ou aumentando-a através da produtividade; ou jogos de soma nula, *win-lose* – beneficiando um agente em detrimento de outros ou praticando actividades criminosas. Estes diferentes modos são intemporais, talvez compreensíveis nos tempos antigos que se desculpam pelo autoritarismo e pela desigualdade, mas difíceis de perceber nos tempos da liberdade e da igualdade. Compreendendo, como se viu atrás, que a liberdade individual inviabiliza a igualdade, Sampaio e Mello (op. cit.) propõe que se criem “instituições e normas que, por um lado, inibam as actividades de apropriação de riqueza e limitem os seus benefícios e que, por outro lado, impulsionem as actividades que promovam o crescimento económico”. Mas aponta igualmente a necessidade de promover novos empresários e gestores, novos no sentido de lhes inculcar um sentido de inovação e de capacidade de liderança, mas sem os impedimentos ou entraves políticos, fiscais e burocráticos do Estado, ao mesmo tempo que aponta a necessidade de interacção entre empresas, numa competição harmoniosa, sem permitir a corrupção e a concentração e acabando “com a iniquidade e a injustiça de estatutos bloqueados, que violam a democracia accionista a favor de minorias poderosas e do interesse dos gestores”. Acrescenta, no entanto, que “é um erro desenhar políticas assentes em preconceitos moralistas” pois é impossível ‘remar contra a maré’. Há no mundo empresarial contemporâneo o que *Lucien Bebchuck* (citado por Sampaio e Mello, op. cit.) chama um sistema de “*excessive pay without performance*”. Sampaio e Mello (op. cit.) remata o seu trabalho afirmando: “O homem sem inspiração sobrenatural, sem um compasso moral e sem o suporte de instituições sociais que promovam o interesse público,

entregue à sua condição material, tende sempre a cair no abismo”. É necessário que os homens importantes e com influencia percebam isto e promovam a formação da responsabilidade social de um modo voluntário e não como mais uma obrigação. Claro que, para uma pessoa que na sua vida profissional não tenha vergonha de testemunhar a moral baseada na fé, isto será muito mais fácil, pois os seus objectivos não são de curto prazo ou meramente temporais mas sim de vida eterna.

Afirmar que a responsabilidade social apenas começou a ser pensada no último quartel do século XX significa que não se esteve atento à palavra da Igreja Católica durante mais de cem anos, começando, se convier um marco, com a encíclica *Rerum Novarum*, de Leão XIII, em 1891.

Na realidade já S. Tomás de Aquino tinha analisado os problemas da economia, mas foi na realidade o Papa Leão XIII a chamar a atenção para eles, de um modo mais formal, ao tomar consciência das desordens sociais que se adivinhavam com a exploração da classe operária pelo capitalismo em ascensão desde a revolução industrial.

Período Clássico: o tempo da terceira via ⁸

Constituindo o ensino social da Igreja uma doutrina, não se poderá comparar esta com as ideias políticas que fundamentam o capitalismo, o liberalismo, o socialismo, ou o comunismo. Não pretende apresentar-se como um «sistema» da sociedade apoiado em filosofias de organização social, mas tenta analisar, no tempo, as implicações sociais de uma fé religiosa essencialmente sobrenatural. Como sublinha *Calvez e Perrin* (1960), “não pretende resolver os problemas técnicos de orientação social. Mas não dispensa nem os métodos empíricos de análise social, nem a construção de «modelos» ou de esquemas teóricos ou estatísticos, nem sequer as imagens motrizes de que o espírito social carece para garantia do progresso social”(Calvez e Perrin, pág.17). Fique claro que nesta matéria os papas, para além da clarividência do Espírito Santo, pedem certamente um apoio técnico a especialistas nas matérias que tratam.

Verdadeiramente, a Igreja não criou uma ciência social nem tentou conquistar terrenos que não lhe pertenciam. Como diz A. Veloso⁹ (página 9), “a Igreja cumpre a sua vocação de guia da humanidade, não só dos fiéis, mas de todos os homens, mesmo em matérias que não são estritamente religiosas...” Já Leão XIII refere para a Igreja o papel de “médico que propõe remédios, embora os Estados e os políticos não reconheçam direitos a esse médico para tratar destes assuntos sociais”. O Papa, ao contrário, indica

⁸ Segue-se, nesta abordagem à Doutrina Social da Igreja (DSI), a evolução apresentada por Silva, J.D. (2002) que, por sua vez, se apoia noutros autores. Este primeiro período abarca os pontificados de Leão XIII a Pio XII.

⁹ Tradutor de *Calvez e Perrin* (1960)

que a Igreja possui o remédio essencial para as desordens sociais e para a miséria de uma classe social a que os dirigentes políticos da época a conduziam. Igualmente reivindica o estatuto de “a maior de todas as educadoras dos povos”, ao sentir que as suas advertências são tomadas em consideração por largas camadas sociais.

A *Rerum Novarum* limitou-se a desenvolver a doutrina proveniente da tradição da Igreja ao longo dos séculos, pois como diz *Calvez e Perrin* (1960), a primeira parte da encíclica alicerça-se nas sagradas escrituras, enquanto uma segunda parte se apoia na história da Igreja e as duas restantes formulam as orientações que se pretendem fazer chegar às consciências dos responsáveis e mormente relativas à intervenção dos Estados “em ordem à melhoria da condição operária”. Estando atenta aos problemas da sociedade, verificou ser então altura de gritar contra as condições ínfimas a que estavam sujeitos os operários das grandes empresas, em “situação de infortúnio e de miséria imerecida”, mercê das grandes deslocções populacionais do campo para as cidades, potenciado com a destruição das corporações e das irmandades religiosas, as primeiras por não terem cabimento na sociedade liberal emergente e as segundas por terem sido destruídas pelos governos laicos, anti-clericais.

Na realidade, com a revolução industrial, a sociedade modificou-se por completo com grandes migrações de camponeses para as grandes cidades à procura de trabalho e de ‘prometidas melhores condições de vida’. Duas novas classes sociais desabrocham nesta altura: os novos-ricos industriais, monopolistas dos papéis de crédito e do emprego, e os proletários, pobres e sem qualquer defesa.

Sempre houve ricos e pobres, mas sob a orientação da Igreja estes pobres tinham conseguido organizar-se minimamente ao redor das corporações, enquadrando patrões e empregados dos vários ofícios. Igualmente, as irmandades desempenhavam papel social importante em situações de dificuldade como doença e morte, principalmente. Em todo o caso as diferenças entre as classes sociais eram visíveis mais a nível exterior (poder, liberdade, ostentação) do que no âmago da questão (saúde, educação, esperança de vida, segurança): Os mesmos medicamentos, a mesma fraca higiene, a mesma aversão à instrução literária, embora talvez por razões diversas.

Agora, a nova classe de ricos industriais impunha condições de trabalho sem horários, sem remuneração exequível, sem descansos. Os operários, completamente desarticulados tinham de aceitar essas condições pois já não conseguiam voltar atrás e

sujeitando-se a vidas de nova escravatura com o uso e abuso de trabalho pesado para mulheres e crianças. A reacção não se fez esperar através do surgimento do socialismo, mas esta solução passava por “instigar nos pobres o ódio invejoso contra os que possuem”, pretendendo que a propriedade dos bens particulares devia ser suprimida. A Igreja classifica-a de injusta por violar os direitos legítimos dos proprietários.

De facto a Igreja desde sempre defendeu o direito à propriedade particular embora referindo que “a terra não deixa de servir à utilidade comum de todos”. Separa pois a ideia da propriedade e do legítimo uso dessa mesma propriedade. Se é legítimo ter a posse do bem, deve ter o proprietário a responsabilidade de o colocar em benefício de toda a comunidade. A *Rerum Novarum* refere no seu nº 9: “elas [classes do capital e do trabalho] têm imperiosa necessidade uma da outra: não pode haver capital sem trabalho, nem trabalho sem capital”. E lista, no nº 10, obrigações dos operários e dos patrões. Do pobre e operário: - “fornecer integral e fielmente todo o trabalho a que se comprometer por contrato livre e conforme à equidade; não lesar o patrão, nem nos seus bens, nem na sua pessoa; as suas reivindicações devem ser isentas de violências e nunca revestir a forma de sedições; deve fugir dos homens perversos que, nos seus discursos artificiosos, lhe sugerem esperanças exageradas e lhe fazem grandes promessas, as quais só conduzem a estéreis pesares e à ruína das fortunas ...”. Quanto aos ricos e patrões: “não devem tratar o operário como escravo mas respeitar nele a dignidade do homem...”. Além disso, a mesma encíclica afirma que “o trabalho do corpo... longe de ser objecto de vergonha, honra o homem... O que é vergonhoso e desumano é usar dos homens como de vis instrumentos de lucro, e não os estimar senão na proporção do vigor dos seus braços”. E mais à frente, “aos patrões compete velar para que a isto seja dada plena satisfação [interesses espirituais] para que o operário não seja entregue à sedução e às solicitações corruptas, que nada venha enfraquecer o espírito de família nem os hábitos de economia”. Proíbe aos patrões “que imponham aos seus subordinados um trabalho superior às suas forças ou em desarmonia com a sua idade ou o seu sexo...” e impõe como dever principal “dar a cada um [trabalhador] o salário que convém não atentando contra a economia do pobre”.

Mais à frente são, depois, referidas obrigações do Estado de modo a “prevenir o mal [as greves] através da autoridade das leis, e impedir a explosão, removendo a tempo as causas de que se prevê que hão-de nascer os conflitos entre os operários e os patrões”



(nº 22); a necessidade de um repouso semanal (nº 24); garantir a protecção do trabalho dos operários, das mulheres e das crianças no que se refere a horas de trabalho diário, tarefas mais ou menos árduas, ou trabalho infantil (nºs 25 e 26), ou não sobrecarregar os operários com impostos (nº 28).

E, no seu nº 27, aquela encíclica refere a importância da fixação de uma remuneração suficiente “para assegurar a subsistência do operário sóbrio e honrado”. É que patrão e operário não estão em pé de igualdade ao contratarem, pelo que “será preferível que a solução seja confiada às corporações ou sindicatos... ou que se recorra a outros meios de defender os interesses dos operários, mesmo com o auxílio e apoio do Estado, se a questão o reclamar.”

Mas não se limitou a doutrina social da Igreja às encíclicas e ensinamentos pontifícios. Durante estes 120 anos que nos separam do primeiro documento, as escolas católicas têm sentido a necessidade de estudar e explicar os problemas sociais, e do mesmo modo se deve referir o trabalho dos ‘Círculos Católicos de Operários’, em França¹⁰, da Acção Católica nas diversas vertentes – Ligas e Juventudes Agrária, Escolar, Independente, Operária e Universitária¹¹. Foram estes leigos conscientes que, nos seus ambientes de trabalho, ensaiaram e verificaram propostas, alertaram para os problemas e serviram de suporte aos ensinamentos do magistério.

Os problemas sociais, ao longo do século XX principalmente, têm-se sucedido a uma velocidade espantosa. As soluções de ontem já estão obsoletas hoje e é necessário continuar em busca de fórmulas justas para todos os participantes. Já Pio XI, na *Quadragesimo Anno*, pretende analisar o direito de propriedade, o capital, o trabalho, a elevação do proletariado, o justo salário, a restauração da ordem social... De recordar que este documento em 1931, depois de uma guerra que tinha destruído a Europa, no meio de uma crise económica de contornos internacionais e num período de completa depressão que levou à segunda guerra mundial, tenta solucionar problemas diferentes dos do final do século XIX, apoiando-se em “investigações empreendidas por homens

¹⁰ Fundados por *Maurice Maignen*. *Mons. Ketteler*, na Alemanha, o marquês *La Tour du Pin* e o conde *Alberto de Mun*, em França, *Giuseppe Toniolo*, em Itália, o *P. Pottier* e *Mons Doutreloux*, na Bélgica, e *Mons. Mermillod*, na Suíça, são alguns dos estudiosos destes assuntos no final do sec XIX e início do XX. *Calvez e Perrin* (1960)

¹¹ Pessoalmente, o autor desta dissertação teve o privilégio de ter pertencido à JEC – Juventude Escolar Católica e de ter sido aluno do ISESE- Instituto Superior Económico e Social de Évora. Aqui, a Doutrina Social da Igreja era dada aos alunos como uma disciplina curricular e, em paralelo, era possibilitada a participação na CVX – Comunidades de Vida Cristã, onde é valorizada a participação social activa.

de ciência católicos, sacerdotes e leigos”, designados por «*adjutores ecclesiae*», nos campos da sociologia e da economia, designadamente os Padres *Antoine e Lehmkuhl*, promotores das semanas sociais em França.

De acordo ainda com *Calvez e Perrin* (1960), é Pio XII, ao discursar aos membros da Acção Católica Italiana, numa festa mariana em 1947, que pela primeira vez utiliza a expressão «doutrina social da Igreja» como uma parte importante do seu magistério.

Mas já antes, em Outubro de 1939, logo no primeiro ano da segunda Grande Guerra, na sua encíclica *Summi Pontificatus* apontava “o agnosticismo moral e religioso, que levou à perda de «consciência do justo e do injusto, do lícito e do ilícito» (AAS31), substituída pelo primado do interesse... Esqueceu-se a caridade e, com ela, a mais rudimentar solidariedade humana.” Os mesmos autores apontam outras acções deste papa em favor da paz e de uma nova ordem social como a mensagem de Natal de 1941 referindo que deixará de haver lugar “para cálculos estreitos e egoístas, tendentes a monopolizar os recursos económicos e as matérias primas de uso comum”. Aliás Pio XII aponta, entre as condições da paz, “meios do Estado para garantir a todas as classes dos cidadãos um género conveniente de vida.” E em 1954, “por ocasião das Semanas Sociais de França, Pio XII trata do exagerado poder que os grupos de interesses tiram da sua organização, e lembra que daí pode vir o perigo de uma nova forma de incivismo, «dado que estas organizações, em vez de recorrerem às regras de direito e do bem comum, assentam apenas na força do número organizado e na fraqueza alheia»”(ob cit, pag 159). Os mesmos autores, referem outra mensagem, no Natal de 1955, em que o papa salienta que “contar apenas com uma produtividade, cada vez maior, ou com métodos de organização e de cálculo cada vez mais progressivos, é cometer um atentado contra «a essência das relações naturais do homem com os seus semelhantes, com o trabalho e com a sociedade»” (op. cit., pág. 161).

Por esta altura levantou-se a questão da co-gestão nas empresas pois alguns grupos católicos (essencialmente do norte e do leste da Europa) advogavam este direito dos operários e patrões participarem em todas as decisões. O Sumo Pontífice veio clarificar a diferença entre os contratos de sociedade e de trabalho, afirmando que sociedade e associação são coisas diferentes. Em todo o caso, declara que se os proprietários pretenderem livremente dar este direito aos trabalhadores o façam como caridade

cristã¹². Alerta, contudo para a possibilidade de este alargamento levar à diminuição da responsabilidade dos gestores, temendo que esta co-propriedade anónima possa “destruir os valores pessoais da propriedade que a Igreja Católica deseja promover” por derivar da natureza e dignidade da pessoa.

Em 1949, o papa afirma à UNIAPAC: “O proprietário dos meios de produção, quer seja proprietário particular, associação de operários, ou fundação, deve, nos limites do direito público da economia, conservar-se sempre senhor das suas decisões económicas”. Contudo afirma que os proprietários não são os únicos interessados nem os únicos portadores de direitos no todo que é a empresa. Foca concretamente os direitos dos trabalhadores, tanto manuais como intelectuais onde se englobam os gestores, o que significa em linguagem actual, que os *shareholders* têm direitos diferentes dos restantes *stakeholders*.

Concílio e pós-Concílio¹³

Silva (2002), refere, quanto a este período, como elementos mais característicos, “consagrados numa metodologia nova: mais indutiva aberta e dinâmica que, tendo como chave de leitura «os sinais dos tempos»¹⁴, procura ler os acontecimentos históricos à luz do Evangelho e da experiência humana; mais dialogante que doutrinária, com maior modéstia e humildade recusando a pretensão de ter solução para todos os problemas; mais atenta à realidade, valorizando o ‘ver’ da revisão de vida¹⁵” e menciona também que Paulo VI colocou a DSI num nível superior ao das ideologias que então se confrontavam na guerra fria, o capitalismo e o socialismo, o que lhe permite criticar livremente ambos os sistemas, convidando os cristãos a discernirem bem face, tanto às ideologias como aos movimentos históricos e às utopias¹⁶. Já nos anos setenta

¹² Será porventura esta ideia uma origem remota da Economia de Comunhão, enunciada por Chiara Lubich em 31 de Maio de 1999 num Congresso em Estrasburgo, onde refere que o Projecto “Economia de Comunhão” emergiu em 1991, durante um encontro em S. Paulo no Brasil: “fazendo surgir empresas, confiadas a pessoas competentes, capazes de as fazer funcionar eficazmente e com lucros. Destes lucros, uma parte serviria para incrementar a empresa; outra parte para ajudar os necessitados, dando-lhes a possibilidade de viver de modo mais digno, até terem achado um trabalho, ou oferecendo-lhes um emprego nas mesmas empresas. Enfim, a terceira parte para desenvolver estruturas de formação de homens e mulheres, motivados na sua vida pela «cultura do dar», homens novos, porque sem homens novos não se faz uma sociedade nova” (Bruni et al., 2000)

¹³ O período conciliar é pontificado por João XXIII e Paulo VI, nos anos sessenta. Considera-se como período pós-conciliar a parte sobrance do reinado de Paulo VI, nos anos setenta, em que se desenvolve a guerra-fria, a primeira crise petrolífera, entre outros factos sociais.

¹⁴ Cfr. *Pacem in Terris*, de João XXIII

¹⁵ Cfr. Constituição Conciliar *Gaudium et Spes*.

¹⁶ Cfr. Carta Apostólica *Octogesima Adveniens*, de Paulo VI.

apareceram muitas contestações à DSI por diversas razões de que se destacam aqui a ‘ineficácia’ na transformação do mundo, principalmente por não pretender ser a terceira via entre o capitalismo e o marxismo e também por não mostrar muita consistência entre o que pregava e o modo como vivia. Neste sentido a Carta Apostólica *Octogesima Advenien* “institucionaliza o método indutivo” e através de uma linguagem compreensível explica ao homem contemporâneo a essência da própria DSI, como a necessidade de defender a justiça, por parte de todos. Lembre-se que é Paulo VI quem deixa de usar a tiara, símbolo do poder papal.

À passagem do milénio¹⁷

É principalmente João Paulo II, com o seu ensinamento claro e facilmente compreensível por todos, quem adapta a DSI: “Embora seja um ‘corpo’ doutrinal de grande coerência não está reduzida a um sistema fechado mas está atenta ao desenrolar das situações e é capaz de responder adequadamente aos novos problemas ou às novas formas de apresentá-los”¹⁸. Este papa, um profundo conhecedor, tanto do sistema socialista, em que cresceu, como do capitalista, acusou ambos “de cometerem o mesmo erro antropológico: terem da pessoa uma concepção puramente materialista”, como refere Silva (op. cit.). Muito se lhe deve da queda da ‘cortina de ferro’ com todas as consequências políticas, sociais e económicas. Como refere Bento XVI (2009), “João Paulo II sublinhara esta problemática [da economia contratual ser complementada por uma economia redistributiva e uma economia de gratuidade], quando na *Centesimus annus*, destacou a necessidade de um sistema com três sujeitos: «o mercado, o Estado e a sociedade civil»”. Mas o actual papa, na Encíclica “*Caritas in veritate*”, (2009, n.39), considera que não se trata de uma complementaridade em que os actores são diferentes em espaços diferentes e momentos diferentes mas que no mesmo mercado devem participar empresas privadas, públicas ou mutualistas em igualdade de oportunidade. É que, enquanto na altura da *Rerum novarum* (1891) a redistribuição do Estado era uma ideia inovadora, aponta-se agora para a necessidade de cada empresa ter parcerias estratégicas neste campo, englobando localmente *stakeholders* existentes nas comunidades em que operam, posto que se outrora a empresa produzia lucro que o Estado taxava e redistribuía, neste momento, com a globalização, a empresa pode

¹⁷ Considera-se, neste período, os pontificados de João Paulo II e de Bento XVI.

¹⁸ Congregação para a Educação Católica, Orientações para o estudo e ensino da Doutrina Social da Igreja nos Seminários (11b), apud Silva (2002).

apresentar os lucros num país diferente daquele em que opera e onde estão os tais *stakeholders* comunitários e acrescenta que “o binómio exclusivo mercado-Estado corrói a sociabilidade, enquanto as formas económicas solidárias, que encontram o seu melhor terreno na sociedade civil sem contudo se reduzir a ela, criam sociabilidade”.

Bento XVI (op. cit.) aponta, no §40, para novas modalidades na vida empresarial, com obrigações não só para os *shareholders*, muitas vezes apenas ligados por laços ténues, temporários e impessoais, mas para com outros *stakeholders* pois “a chamada deslocalização da actividade produtiva pode atenuar no empresário o sentido de responsabilidade para com os interessados, como os trabalhadores, os fornecedores, os consumidores, o ambiente natural e a sociedade circundante mais ampla, em benefício dos accionistas, que não estão ligados a um espaço específico, gozando por isso de uma extraordinária mobilidade”. E acrescenta: “Mas é verdade também que está a aumentar a consciência sobre a necessidade de uma mais ampla «responsabilidade social» da empresa”. Salienta, por outro lado, a ocorrência do “crescimento duma classe cosmopolita de gerentes, que muitas vezes respondem só às indicações dos accionistas da empresa constituídos geralmente por fundos anónimos que estabelecem de facto as suas remunerações”, embora alguns já analisem as relações entre a empresa e os territórios abrangidos pela sua área de influência. O Sumo Pontífice alerta ainda para o perigo da especulação e o desejo de um lucro fácil e rápido sem atender aos interesses de populações indefesas, e aponta o escândalo da corrupção e das ilegalidades, designadamente em economias mais pobres mas em que há responsáveis a todos os níveis: “As ajudas internacionais foram muitas vezes desviadas das suas finalidades, por irresponsabilidades que se escondem tanto na cadeia dos sujeitos doadores como na dos beneficiários”(op. cit., n. 22).

Porque os documentos da Doutrina Social da Igreja são, infelizmente, bastante desconhecidos para muitos empresários e talvez também para outras pessoas interessadas na Responsabilidade Social, e porque ao autor foi importante construir um encadeamento cognitivo sobre esta matéria, fica, para quem tiver interesse, a listagem dos principais documentos para mais facilmente se poderem consultar.

Tabela 2: Principais documentos ligados à Doutrina Social da Igreja

Ano	Tipo/ nome documento	Pontificado	Temas
1891	Enc. <i>Rerum Novarum</i>	Leão XIII	Situação dos operários
1931	Enc. <i>Quadragesimo Anno</i>	Pio XI	Organização Social
1939	Enc. <i>Summi Pontificatus</i>	Pio XII	Justiça, licitude, solidariedade
1961	Enc. <i>Mater et Magistra</i>	João XXIII	Questão Social; Subsidiariedade; Exigências do bem comum; Ver- julgar- agir.
1965	Constituição Conciliar <i>Gaudium et Spes</i> .		Diálogo com o mundo
1967	Enc. <i>Populorum Progressio</i>	Paulo VI	Desenvolvimento humano integral ¹⁹
1971	Carta Ap. <i>Octagesimo anno</i>	Paulo VI	Compromisso político
1981	Enc. <i>Laborem Exercens</i>	João Paulo II	Primado da pessoa sobre o trabalho; Trabalho – realização da pessoa; Direito ao emprego; salário.
1987	Enc. <i>Sollicitudo res socialis</i>	João Paulo II	Actualização da <i>Populorum progressio</i>
1991	Enc. <i>Centesimus Annus</i>	João Paulo II	Horários laborais ‘humanos’; Deus, origem de todos os bens; Sociedade de empresa livre; Lucro; Investimento; Consumismo; Mercado; Abdicar de privilégios;
2009	Enc. <i>Caritas in veritate</i>	Bento XVI	Actualização da <i>Populorum progressio</i> , trabalho decente; Autoridade política mundial

Elaboração própria, adaptado de Silva (2002)

¹⁹ “Outros dois documentos de Paulo VI, embora não estritamente ligados com a doutrina social – a encíclica *Humanae vitae*, de 25Jul1968, e a exortação apostólica *Evangelium muntiandi*, de 8Dez1975 – são muito importantes para delinear o «sentido plenamente humano do desenvolvimento proposto pela Igreja». Por isso é oportuno ler também estes textos em relação com a *Populorum progressio*”. (2009, “*Caritas in veritate*”, Bento XVI (§18)

2.3 – Princípios de Responsabilidade na perspectiva jurídico-legal

“Sem consciência, os nossos actos ficam irracionais e somos, ou marionetas da lei, ou incapazes de comportamento ético”

João César das Neves, “Introdução à Ética Empresarial”

No presente parágrafo analisam-se os pontos essenciais da responsabilidade social da empresa para com os seus parceiros sociais por serem abrangidos por normas de direito que os faz tornarem-se legais. Embora a verdadeira RSE seja de carácter não obrigatório, considera-se importante tomar consciência daquilo que é imprescindível, mas mesmo assim algumas vezes esquecido. Alguns autores afirmam que, sendo a lei obrigatória, não se pode considerar a actuação em conformidade como RSE, mas outros contrapõem que, mesmo sendo as normas obrigatórias, há quem as não cumpra deliberadamente, pelo que no fundo há sempre uma vontade própria na acção.

Sabemos que “a empresa é a célula base da economia moderna” (Pereira de Almeida, 1999). No nosso direito é o art. 230.º do Código Comercial que define o conceito de empresa comercial. No entanto fá-lo de um modo meramente descritivo.

A 120 anos de distância poderemos ver como é necessário ampliar esta descrição com outras finalidades que não se adivinhavam na altura, em 1888, como os transportes aéreos, ou os vários meios de comunicação e informação como a rádio, o telefone, a *internet*, prestação de serviços, produção e distribuição de electricidade, empresas de seguros, novas modalidades de negócio como *franchising*, etc. Também algumas das restrições do mesmo artigo são hoje compreendidas como empresas, tal como os agricultores ou artesãos com empregados remunerados.

Em todo o caso, podemos definir com o citado autor, “uma empresa como uma organização de pessoas e bens que tem por objecto o exercício de uma actividade económica”.

Jorge Coutinho de Abreu (1999) já aponta, de entre as inúmeras definições de empresa recolhidas, que “há que referir a noção de empresa (societária, nomeadamente) apresentada por uma *«theory of the firm»* em voga nos últimos dois decénios: a chamada teoria neo-institucional, segundo a qual a ‘*firm*’ é rede, série ou conjunto de contratos (*nexus* ou *set of contracts* entre empresário e empregados, fornecedores, clientes, credores, etc.)”.

Aparece-nos então o primeiro problema que é o de distinguir empresa e sociedade comercial, este último termo com o cariz pretendido de sujeito jurídico, e como tal, detentor de direitos e deveres distintos dos direitos e deveres dos seus proprietários.

Também não se pretende analisar os sectores de propriedade dos meios de produção, enumerados no art. 82º da CRP pois para o presente estudo não importa que a empresa pertença ao sector público, privado ou cooperativo. As relações com os vários parceiros sociais são basicamente as mesmas, à excepção das relações com os sócios ou detentores do capital.

Quanto à sociedade comercial, a empresa do sector privado, apresenta vários possíveis tipos:

- Sociedades em nome colectivo;
- Sociedades por quotas;
- Sociedades anónimas;
- Sociedades em Comandita;
- Sociedade unipessoal ou EIRL – empresário individual de responsabilidade limitada;
- Sociedades Coligadas.

Semelhantemente a estes vários tipos de sociedades comerciais poder-se-ia descrever ainda as sociedades cooperativas, as associações, ou quaisquer outros tipos de entidades que em muito se assemelham nas relações que podem ter com os seus parceiros sociais.

Importa assim estudar detalhadamente a relação legal entre a empresa e os seus vários parceiros sociais. Dirão alguns autores que as obrigações legais nada têm a ver com responsabilidade social. Entende-se que não! Se todas as pessoas e entidades cumprissem todas as obrigações legais pelo simples facto de o serem, não seriam necessários os tribunais e os advogados ficariam rapidamente no desemprego. Vivendo numa sociedade livre, embora sujeitando-se às penalizações alocadas, as pessoas (e as entidades) são livres no seu cumprimento. E infelizmente há muitas obrigações legais que não são cumpridas. Quantos pequenos accionistas e aforristas não foram prejudicados nas suas economias com a presente crise? Quantos trabalhadores, depois de anos de trabalho, não concluíram que os patrões não tinham descontado para a segurança social pelo que não tinham direito a reforma nem fundo de desemprego? Ou o problema dos *Lay-off*, tão em moda? Quantos problemas com incumprimentos em bens e serviços fornecidos que só ao fim de muitos anos são parcialmente indemnizados?

Quantas empresas não têm de fechar portas por causa de concorrência desleal? É neste espaço indeterminado entre a legalidade e a ilegalidade que pode aparecer algum laivo de responsabilidade social. Ora pretendendo, também, o presente trabalho ajudar os pequenos e médios empresários a perceberem o que devem fazer para com os seus parceiros, pareceu pertinente deixar estas pinceladas. Perguntar-se-á porque não analisar da mesma forma as relações com os fornecedores, os credores ou o próprio Estado? É que nestes casos essa indeterminação não transparece, ou se deve ou não se deve. E quem deve sabe que tem de pagar. Não restam muitas dúvidas.

2.3.1. Sócios/proprietários

Faz-se aqui uma distinção entre sócio e proprietário²⁰, não no sentido real onde os termos são sinónimos, mas principalmente num sentido psicológico em que o sócio, principalmente accionista, apenas é o detentor de uma parcela do capital como investimento financeiro, donde pretende obter mais-valias pela distribuição de dividendos ou pela subida de cotação na bolsa, e se comporta como proprietário ao assumir o seu papel na Assembleia Geral e, quando possível, fazendo parte dos diversos órgãos sociais, desempenhando assim um papel mais activo na governação e desempenho da empresa. Os interesses, direitos e obrigações nem sempre são coincidentes para e destes distintos papéis.

O legislador, ao fixar as responsabilidades dos sócios perante as obrigações da sociedade, mostrou que havia personalidades jurídicas distintas, mas depressa se apercebeu que esta completa separação não garantia, perante terceiros, a responsabilidade por má gestão da empresa dos gestores (sejam ou não sócios). Pedro Cordeiro (1989) e J. Correia de Oliveira (1979) são citados por Pereira de Almeida (op. cit.) neste contexto – é agora exigida mais responsabilidade aos sócios como garantes das sociedades.

Pode-se tratar de excepções estatutárias, seja numa espécie de aval, solidário ou subsidiário de certas importâncias, negociado com os credores/ financiadores/ fornecedores (art. 198º CSC), seja com a obrigatoriedade da realização da prestação suplementar (art. 210º e 203º CSC) ou acessória (art. 209º e 287º CSC) de capital social;

²⁰ “o «proprietário» da empresa, quem detém a propriedade desse aglomerado de elementos corpóreos, incorpóreos, clientela e aviamento tanto pode ser uma sociedade comercial, como uma sociedade civil, uma associação, fundação, pessoa colectiva de direito público, pessoa individual (o comerciante em nome individual); ou até ser herdada por uma criança de seis meses de idade...” (J.V. Rodrigues, in comentários ao trabalho final do autor na disciplina de Direito das Empresas)

ou de excepções legais motivadas por desvios funcionais, abusos ou condutas ilícitas, como a responsabilidade do sócio único (art. 84º CSC), a responsabilidade dos administradores por actos ou omissões praticados originando prejuízos à sociedade (art. nº 72º CSC), não enquanto sócios mas enquanto administradores; a responsabilidade dos sócios que nomearam (ou destituíram) administradores é solidária com a destes quando exista uma conduta ilícita, lesiva do património da empresa (art. nº 83º CSC).

Se já foi registada acima a responsabilidade dos sócios para com as obrigações da sociedade, em cada um dos seus tipos, dever-se-á referir também a responsabilidade desta perante as obrigações daqueles. Não havendo obrigações directas, é apenas o património de cada sócio que responde perante as suas obrigações e uma parte desse património poderá ser o capital detido na sociedade. Ora se numa sociedade anónima poderá ser indiferente ser o António ou o Manuel a deter determinado número de acções, já o mesmo não acontece numa sociedade em nome colectivo ou mesmo, talvez, numa sociedade por quotas, onde há uma maior comunhão de interesses. Por esse motivo poderia ser prejudicial, se a parte social de um sócio tivesse de responder pelas suas obrigações, que a mesma passasse para outro detentor sem que os restantes se pudessem opor. Por esse motivo é justo que essa parte, que porventura vá à praça para garantir a obrigação pessoal, possa ser resgatada pelos restantes sócios ou pela própria sociedade.

2.3.2. Trabalhadores

A Lei 7/2009, de 12 Fevereiro aprovou o novo Código do Trabalho em vigor em Portugal²¹.

“O Contrato de trabalho está sujeito, em especial, aos instrumentos de regulamentação colectiva de trabalho, assim como aos usos laborais que não contrariem o princípio da boa fé”, ao abrigo do art. 1º. O art. 2º classifica os instrumentos de regulamentação colectiva em negociais e não negociais, integrando nos primeiros “a convenção colectiva, o acordo de adesão, e a decisão arbitral em processo de arbitragem voluntária”, e nos segundos “a portaria de extensão, a portaria de condições de trabalho e a decisão arbitral em processos de arbitragem obrigatória ou necessária”.

²¹ Esta Lei 7/2009 transpõe várias directivas comunitárias e revoga as Lei 99/2003, de 27Ago (anterior Código de Trabalho); Lei 35/2004, de 29Jul (respectiva regulamentação); e suas actualizações: Lei 9/2006, de 20Mar; parte da Lei 19/2007, de 22Mai; Lei 59/2007, de 4Set; Lei 12-A/2008, de 27Fev, conforme os artigos 2º e 12º.

No art. 11º é dada uma noção concreta de Contrato de trabalho como” aquele pelo qual uma pessoa singular [o trabalhador] se obriga, mediante retribuição, a prestar a sua actividade a outra ou outras pessoas [a entidade empregadora], no âmbito de organização e sob a autoridade destas”. São aqui caracterizados os três elementos fundamentais para que exista o vínculo laboral: Um prestador remunerado, um receptor remunerador e o modo da prestação, no âmbito de organização e sob a autoridade do empregador.

Sendo que salvo casos especiais, nomeadamente no art. 135º- Condição ou termo suspensivo, no art. 141º- Forma e conteúdo de contrato de trabalho a termo²², no art. 153º- Forma e conteúdo de contrato de trabalho a tempo parcial, no art. 158º- Forma e conteúdo de contrato de trabalho de trabalho intermitente, no art. 177º- Forma e conteúdo de contrato de utilização de trabalho temporário, no art. 181º- Forma e conteúdo de contrato de trabalho temporário, no art. 183º- Forma e conteúdo de contrato de trabalho por tempo indeterminado para cedência temporária, exigindo determinados formalismos, o contrato de trabalho não obriga a uma forma escrita, ao abrigo do art. 110º, presumindo-se a sua existência pelo transcrito no artigo 12º. Contudo a nulidade ou a anulação parcial do negócio não inviabiliza o contrato de trabalho a não ser que este não tivesse sido celebrado sem a parte viciada, ao abrigo do art. 121º.

É nos artigos 127º - Deveres do empregador, 128º - Deveres do trabalhador e 129º - Garantias do trabalhador, que se sustentam as possíveis divergências entre as partes e que devem ser resolvidas de uma forma urbana²³. Os direitos do trabalhador, são direitos fundamentais e por isso estão inscritos na Constituição da República, designadamente no seu art. 59º.

Os contratos de trabalho podem ser feitos com termo resolutivo ou sem termo e, nos contratos a termo, este pode ser certo ou incerto. Desde que não especifique em contrário considera-se que é feito sem termo. Os contratos com termo resolutivo são

²² O art.142º refere, no n. 1- “O contrato de trabalho em actividade sazonal agrícola ou para realização de evento turístico de duração não superior a uma semana não está sujeito a forma escrita, devendo o empregador comunicar a sua celebração...”

²³ A DGAE define cinco passos para realizar uma Mediação Laboral:

“O trabalhador ou o empregador podem solicitar a intervenção de um mediador laboral à DGAE;

A DGAE indica um Mediador Laboral constante da lista;

O mediador laboral contacta o empregador e o trabalhador para viabilizar a mediação;

Se a mediação for aceite por ambas as partes, são realizadas sessões de mediação, procurando obter acordo;

Se o trabalhador e o empregador chegarem a um acordo, esse acordo é escrito e assinado. Se não chegarem a acordo, qualquer das partes pode utilizar a via judicial”.

regulados pelos art. 139º e seguintes. Há que haver matéria que permita a admissão desta cláusula, regulada pelo art. 140º - *Admissibilidade do contrato de trabalho a termo resolutivo*.

Para além do descrito acima, que rege genericamente este acordo entre o trabalhador e o empregador, e é importante que os trabalhadores conheçam estes direitos, deveres e garantias pois a lei laboral é mais favorável que a lei geral, existindo todo um complexo legislativo que regula as férias, a formação profissional, a segurança no trabalho, os trabalhadores menores, estrangeiros, com capacidade de trabalho reduzida, etc. e que não ultrapassa o actual contexto por ser precisamente aí, que o compromisso social tem mais peso. Não se deverá ver o empregador e o trabalhador como partes antagónicas mas antes como parceiros tentando alcançar o mesmo objectivo: a sustentabilidade da entidade empregadora, suporte do vínculo económico que garante o rendimento das duas partes.

É verdade que por vezes os empresários, para fugirem às suas responsabilidades, pretendem contratar serviços em vez do contrato laboral. É o caso dos famosos ‘recibos verdes’, sinal de uma maior autonomia na relação entre o prestador e o receptor do serviço. Infelizmente é o próprio Estado que dá o exemplo, mantendo colaboradores neste regime ao longo de vários anos. As principais implicações que este princípio acarreta são:

- vínculo de contrato de prestação de serviços e não laboral com maior flexibilidade à entidade receptora do serviço para extinguir o contrato a qualquer momento;
- desresponsabilização para esta entidade do pagamento da taxa de Segurança Social, diminuindo grandemente as receitas desta entidade e consequentemente os direitos dos trabalhadores às várias benesses correspondentes como assistência médica, abonos de família, casamento, etc. e de direito a pensões de reformas. De igual modo, um prestador de serviços por ‘recibos verdes’ ao terminar o serviço não tem direito a subsídio de desemprego;
- desresponsabilização para a entidade empregadora de pagamentos de seguros de acidentes de trabalho (ainda que por vezes pague um ‘correspondente’ seguro de acidentes pessoais, com muito menos benefícios para o beneficiário);

- desobrigação de pagamento de férias, subsídios de férias e de Natal, levando a que por vezes esses colaboradores não descansam o suficiente ou, quando o façam, seja à custa de menos rendimento;
- penalização do colaborador na altura do despedimento por não ter direito a indemnizações devidas por antiguidade.

Na realidade, um contrato de prestação de serviços ‘falso’ pode presumir-se como contrato de trabalho, ao abrigo do art. 12º, se o trabalhador conseguir demonstrar que, cumulativamente: a actividade foi realizada em local pertencente ao beneficiário ou por ele determinado; os equipamentos e instrumentos de trabalho utilizados pertenciam ao beneficiário; observou um horário determinado pelo beneficiário; recebia como contrapartida, com uma terminada periodicidade, uma quantia certa; ou desempenhava funções dentro da estrutura orgânica da empresa.

Para além desta verdadeira ‘chaga’ na área laboral portuguesa há que ter em atenção igualmente outros problemas não tão graves mas ocasionando por vezes a diminuição de motivação por parte dos trabalhadores ou, noutros casos, na entidade empregadora.

Pretendem os empresários ter maior capacidade de rescisão de contratos de trabalho para poderem ter maior apetência a contratar. Pretendem os trabalhadores ter mais segurança na durabilidade do mesmo. É neste contexto que aparece a flexisegurança tentando de alguma forma assegurar ambos os interesses sem prejudicar a contraparte.

A entidade empregadora é responsável pela higiene, segurança e saúde no local de trabalho bem como pela formação dos seus colaboradores, esta ao abrigo do art. 127º e seguintes, registando o comprometimento conjunto do empregador, que a deve proporcionar, o trabalhador, que deve participar nela com diligência, e ao Estado, a quem compete garantir o acesso dos cidadãos à formação ao longo da vida.

Direitos à protecção da maternidade e da paternidade, regulados pelos art. 33º e seguintes, a legislação sobre o trabalho de menores, regidos pelos art. 66º e seguintes, ou de outros trabalhadores com necessidades acrescidas de atenção como os que têm capacidade de trabalho reduzida, ou doenças crónicas, (art. 84º s), os estudantes (art. 89º s) ou estrangeiros devem ser melhor assistidos por estarem em posição mais fragilizada em relação ao empregador. Na realidade verifica-se o despedimento ou não contratação de pessoas nestas circunstâncias por se transformarem em responsabilidades para as entidades empregadoras e que deveriam ser assumidas de certo modo pelo Estado.

Na verdade a empresa também está um pouco dentro de um colete-de-forças com as burocracias que lhe estão a ser impostas, seja pela agora ACT – Autoridade para as condições de Trabalho²⁴, pela ASAE e por outros organismos públicos. A fuga para a frente está à vista: perante a possibilidade de obrigatoriedade de a entidade empregadora pagar a segurança social dos prestadores de serviços com recibos verdes e penalizando no caso dos contratados a prazo em relação aos efectivos, o desemprego continuará a aumentar, talvez com a desculpa da economia mundial atravessar uma crise enorme que se tem medo de enfrentar... E irá crescer a terciarização com o desenvolvimento de empresas de segurança, e de limpeza, os subempreiteiros, os *call centers*, etc, baseados fundamentalmente em pessoal emigrante, com poucas exigências. É neste pressuposto que a Lei 19/2007, de 22Mai – Lei do Trabalho Temporário, revogou o Dec-Lei 358/89 de 17Out que já tinha sido alterado pelas Lei 39/96, de 31Ago, Lei 146/99, de 1Set e Lei 99/2003, de 27Ago. Cria-se empresas de trabalho temporário que contratam trabalhadores, na maioria a prazo (só são obrigados a ter 1% de trabalhadores sem termo), não estando sujeito aos limites do art.º 148 do Código do Trabalho, para os disponibilizarem ao serviço de empresas utilizadoras mediante a devida contratação. O trabalhador que desempenhe a sua actividade ao abrigo deste diploma tem um regime de trabalho muito semelhante ao dos restantes trabalhadores da empresa utilizadora, como refere o seu art.º 35º mas o poder disciplinar, mesmo durante a execução do contrato, cabe à empresa de trabalho temporário. Embora os trabalhadores recebam férias e os respectivos subsídios como os restantes trabalhadores da entidade utilizadora, é nos mapas de segurança social e de seguros de trabalho da entidade de trabalho temporário que são inscritos.

2.3.3. Clientes / Consumidores

Quanto aos consumidores será difícil definir com exactidão quais são as obrigações da empresa. No entanto, lendo o facto pelo lado do consumidor chegar-se-á ao que tem de estar na preocupação do empresário.

De facto a Lei 24/96 de 31/07, Lei da Defesa do Consumidor reza, no seu art. nº 3º os direitos do consumidor²⁵, e se há direitos é porque há obrigações – daqueles que prestam os serviços ou fornecem os bens que dão origem aos referidos direitos.

²⁴ A ACT – Autoridade para as Condições do Trabalho, foi criada pelo Dec-Lei 211/2006, de 27 de Outubro, sucedendo aos então extintos ISHST – Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho e IGT – Inspeção Geral de Trabalho.

²⁵ LDC – Lei nº 24/96 “art.3º - Direitos do Consumidor – O consumidor tem direito: a) à qualidade dos bens e serviços; b) à protecção da saúde e da segurança física; À formação e à educação para o

A mesma lei criou o Instituto do Consumidor com poderes para “solicitar e obter dos fornecedores.... as informações, os elementos e as diligências que entender necessárias à salvaguarda dos direitos e interesses dos consumidores” (al. a) do art. 21º), ou, como refere a alínea d), “ordenar medidas cautelares de cessação, suspensão ou interdição de fornecimento de bens ou prestação de serviços que.... possam acarretar riscos para a saúde, a segurança e os interesses económicos dos consumidores”. Só que, sendo Portugal um país de contrastes ou aparece numa empresa a ASAE em força a inspecionar e a fechar... ou pura e simplesmente bem se podem queixar os consumidores nos livros de reclamações que talvez o caso seja arquivado. Este Livro de Reclamações é uma ‘ferramenta’ que o consumidor tem para poder, de certo modo, ganhar alguma força perante o fornecedor. Em 15 de Setembro de 2005 foi publicado o DL nº 156/2005 que visa “permitir a identificação, através de um formulário normalizado, de condutas contrárias à lei”, conforme consta do seu preâmbulo, onde se acrescenta “é necessário incentivar e encorajar a sua utilização, introduzindo mecanismos que o tornem mais eficaz enquanto instrumento de defesa dos direitos dos consumidores e utentes de forma a alcançar a igualdade material dos intervenientes” a que se refere o artigo 9.º da Lei n.º 24/96, de 31 de Julho. Mas mesmo com toda esta legislação²⁶ muitos fornecedores ‘de maus fígados’ recusam-se a apresentar o livro de reclamações aos clientes quando estes o exigem. Dir-se-ia que é falta de cultura cívica. Outra legislação existe em relação, por exemplo, com o Código da Publicidade É o DL 330/90 de 23/10, alterado pelos DL nº 74/93 de 10/03, nº 6/95, de 17/01 e nº 61/97, de 25/03. Neste código refere-se a necessidade de identificar a publicidade (art. 8º), da

consumo; d) À informação para o consumo; e) À protecção dos interesses económicos; f) À prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogêneos, colectivos ou difusos; g) à protecção jurídica e a uma justiça acessível e pronta; h) À participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses.

²⁶ Artigo 3.º Obrigações do fornecedor de bens ou prestador de serviços

1 - O fornecedor de bens ou prestador de serviços é obrigado a:

- a) Possuir o livro de reclamações nos estabelecimentos a que respeita a actividade;
- b) Facultar imediata e gratuitamente ao utente o livro de reclamações sempre que por este tal lhe seja solicitado;
- c) Afixar no seu estabelecimento, em local bem visível e com caracteres facilmente legíveis pelo utente, um letreiro com a seguinte informação: «Este estabelecimento dispõe de livro de reclamações»;
- d) Manter, por um período mínimo de três anos, um arquivo organizado dos livros de reclamações que tenha encerrado.

2 - O fornecedor de bens ou prestador de serviços não pode, em caso algum, justificar a falta de livro de reclamações no estabelecimento onde o utente o solicita pelo facto de o mesmo se encontrar disponível noutros estabelecimentos, dependências ou sucursais.

O DL 371/93, de 29/10, refere a proibição de “acordos e práticas concertadas entre empresas.... que tenham por objecto ou como efeito impedir, falsear ou restringir a concorrência no todo ou em parte do mercado nacional...” mas qual é, por exemplo, a vontade do Estado em restringir os acordos de preços de combustíveis se ganha muito mais IVA e imposto sobre os combustíveis com preços altos do que com eles baixos...

Tabela 3 – Legislação de referência quanto a responsabilidade das empresas

Diploma	Assunto	Observações
DL 47344, de 25/11/1966	Código Civil	
Lei Constitucional 1/1976, de 2/04	Constituição da Republica Portuguesa – CRP	A 7ª Revisão é a Lei Constitucional 1/2005, de 12/08 – DR 155 I A
DL 262/82, de 2/09	Código das Sociedades Comerciais – CSC	Republicado pelo DL 76 A/2006, de 29/03
DL 330/90, de 23/10	Código da Publicidade	Alterado pelos DL74/93, de 10/03, DL &/95, de 17/01, DL 61/97, de 25/03
Lei 24/96, de 31/07	Lei da Defesa do Consumidor	
DL 40/99 M, de 3/08	Código Comercial – CC	Actualizado pela Lei 6/2000, de 27/04
Lei 99/2003, de 27/08	Código do Trabalho – CT	Regulamentada pela Lei 35/ 2004, de 29/07
Lei 18/2003 de 11/6	Lei da Concorrência	
Lei 7/2009 de 12/2	Código do Trabalho - CT	Revoga a Lei 99/2003 de 27/08

3 - Metodologia

3.1. Fundamentação

É verdade que as empresas precisam de ser rentáveis para poderem sobreviver. A contabilidade tem sido a ciência que faz as demonstrações necessárias à definição de metas a atingir, aos resultados obtidos e distribuição dos mesmos, por modo a permitir a constante actualização dos objectivos. No entanto verifica-se que não bastam informações de carácter contabilístico pois o resultado não pode ser meramente económico-financeiro. Em Novembro de 2000 foi organizado pela Fundação Eugénio de Almeida, na Universidade de Évora, um Seminário de Economia, “Encarando o Futuro – Perspectiva humana do desenvolvimento económico e social do Alentejo para o século XXI” e nele foi apresentada uma perspectiva voluntária de limitação do lucro do empresário, baseada na “Economia de Comunhão”. Curiosos por questões do foro económico-social desenvolveram-se indagações sobre esta nova ideia, verificando que existem muitas teses de mestrado e de doutoramento sobre a temática, principalmente na América do Sul, com exemplos concretos de casos relatados também no Sul da Europa e na Índia. Na realidade, esta teoria trata de todo o relacionamento da empresa com os diversos *stakeholders* e apresenta resultados práticos pois como refere *Vera Araújo*, do Instituto Internacional de Cultura “*Mystici Corporis*” *Loppiano, Incisa Valdarno*, em Florença, “com a Economia de Comunhão, a comunhão pode elevar-se a categoria económica. São as próprias empresas – nas suas estruturas e organizações internas – e os agentes económicos – que actuam no seu interior ou que gravitam à volta delas – a serem chamados e convidados a criar comunhão.” (*Bruni et al.*, 2000). Também pela mesma altura se começou a ouvir falar mais no micro-crédito e das suas vantagens para com pequenos empresários que de outro modo não conseguiam investir. Em 2007, numa conversa de salão com o Professor Doutor *Joseph Bigio*²⁷, houve um despertar para a Responsabilidade Social empresarial, ao captar a definição de “Capital de Responsabilidade Social”, que “segue o princípio judaico-cristão da boa vizinhança, que, tanto quanto sei, é partilhado também pelos muçulmanos. O elemento da boa vizinhança implica uma nova perspectiva em que a regra fundamental é a optimização,

²⁷ *Hon. President, Lisbon Civic Forum e.V. (www.lisboncivicforum.org)*

mas não a maximização, dos lucros. No fundo, isto implica que o nível de lucro deve primordialmente ser proporcional aos interesses de todos os que contribuem de uma maneira marcante para a existência e produtividade do negócio”²⁸.

Entretanto, aguarda-se a oportunidade de multiplicar um curso de formação feito há mais de 10 anos na APPACDM com vista à ‘Mudança de Atitudes’. Parecendo que não há qualquer relacionamento entre estas ideias, pelo que o propósito foi amadurecendo ao longo da frequência da parte lectiva do mestrado em gestão. Na verdade, a RSE tem sido, praticamente, um exclusivo das grandes empresas, dados o custo inerente e o desconhecimento do assunto, por parte das PME. Nasceu assim a vontade de ‘tomar o pulso’ às PME em relação à RSE, e ajudá-las a aperceberem-se desta realidade, através de uma formação conveniente, bem como do apoio à feitura dos relatórios e respectiva análise ou da certificação por terceira entidade.

Tal como foi avançado no capítulo introdutório, procura-se neste trabalho conhecer e analisar como é que as PME do Alentejo agem perante problemas de responsabilidade social nos seus três pilares – económico, social e ambiental, e verificar quais os factores que consideram importantes ao tomarem decisões neste aspecto, tomando em comparação as micro e pequenas empresas brasileiras do Estado de Santa Catarina onde foi realizado um estudo semelhante (Flores, 2008). Para o efeito, adoptou-se o método hipotético-dedutivo, na tentativa de corroborar (ou não) os resultados apurados nesse estudo.

O pressuposto geral de que se partiu é que há um certo desinteresse por parte dos pequenos empresários em se debruçarem sobre a problemática da RSO, mas que esse desinteresse desaparece quando se lhes explica as vantagens económicas, sociais e ambientais, isto baseado tanto na investigação de Flores, como, principalmente, na experiência de anos ligados à actividade empresarial na região.

3.2. Opções metodológicas

Aproveitou-se uma bateria de questões idealizadas pelo *Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social* e pelo *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)* “Indicadores *Ethos-Sebrae* de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas 2007” para obter os dados necessários ao apoio das

²⁸ Bigio, J, “EUnomics and Competition Strategy” (<http://www.forum-pi.com.br/2009/noticias.php?idTipoInformacao=3&idInformacao=128>, acedido em Ago2009)

fundamentações práticas desta dissertação académica. Com a análise das respostas dadas pelos gestores de pequenas e médias empresas, a quem se pediu para auscultarem outros parceiros sociais com o intuito de obter uma resposta real e não ideal, procurou-se encontrar alguns pontos para acção imediata e outros que serão tratados posteriormente. Previu-se, à partida, que seria necessário propor uma formação nesta área, de maneira inovadora por ser pro-activa, isto é, sem formador mas apenas com um coordenador de formação pois os próprios utentes encontrarão o seu caminho em conjunto.²⁹

Deste modo a metodologia *GRI*, ou a da *ISO 26000*, será introduzida de forma faseada, através da pedagogia que é dada pela aplicação da bateria de testes *Ethos-Sebrae*.

No plano metodológico, caracteriza-se esta pesquisa como:

- Aplicada – através do questionário;
- Descritiva – tentando anotar o ‘sentido’ em que as empresas respondem;
- De campo – recolhendo os dados onde são produzidos, e por levantamento por utilizar o inquérito.

A pesquisa bibliográfica foi sendo efectuada ao longo de todo o processo para acompanhar a evolução do estado da arte, principalmente a nível do processamento e divulgação de informação por parte do Instituto Ethos no Brasil e do processo de elaboração da norma *ISO 26000*.

A abordagem adoptada para a pesquisa é de natureza essencialmente quantitativa, suportada em medidas estatísticas.

3.3. Recolha e tratamento dos dados

3.3.1. Principais etapas

No seu conjunto, e em paralelo com a consolidação da revisão de literatura, a componente empírica deste trabalho de investigação envolveu as seguintes fases:

1. Afição das hipóteses de partida mencionadas no capítulo 1, tendo em vista uma tentativa de comparação entre as realidades portuguesa e brasileira, nesta matéria;

²⁹ Foi com satisfação que o autor participou numa acção de formação “Facilitadores para a Responsabilidade Social das Empresas”, promovida em Lisboa pela RSE-Portugal, em Junho de 2009. Pretende-se que esta acção tenha um efeito multiplicador, dado localmente, por esses então formandos.

2. Selecção da metodologia de pesquisa e adaptação do inquérito da *Ethos-Sebrae* já mencionado. Note-se que no Brasil os questionários são respondidos ao longo de um largo período de tempo, e em grupo dentro de cada entidade associada, envolvendo a administração, trabalhadores, sócios e outros parceiros sociais. No caso presente, e tendo em conta as limitações de tempo e de recursos, tornava-se necessário aplicar o instrumento numa única oportunidade em cada empresa.
3. Definição da população e da amostra a inquirir. Inicialmente, tentou-se obter junto da Associação Comercial de Évora, da Associação Nacional de Transportes Rodoviários de Mercadorias – Alentejo, da Associação de Agricultores e de outros organismos sectoriais, listas de PME com sede no distrito de Évora e com mais de cinco trabalhadores. Dadas as dificuldades colocadas por essas entidades na cedência dos dados referentes aos respectivos associados, acabou por se optar por uma amostra de conveniência, resultante de contactos pessoais e directos levados a cabo (pelo investigador e por um conjunto de colegas mestrados) junto dos responsáveis de empresas que para isso se mostraram disponíveis. Refira-se, a propósito e a título de exemplo, que logo à partida cinco empresários recusaram-se, pura e simplesmente, a ‘colaborar em estatísticas’. Contudo, conseguiu-se recolher um conjunto de 62 questionários validamente preenchidos o que, nestas circunstâncias, pode considerar-se aceitável para os fins em vista. Por outro lado, não foi possível encontrar empresários interessados em partilhar informações em rede, o que é lamentável. Acredita-se que numa posterior fase de formação este obstáculo seja ultrapassado.

3.3.2. O instrumento de recolha de dados

O instrumento utilizado foi o Inquérito “Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – 2007” o qual, com ajustamentos periódicos, vem sendo aplicado pelo Instituto Ethos do Brasil, com bastante sucesso.

O uso do inquérito foi expressamente autorizado pelo Instituto Ethos, na sequência de um pedido formal que para o efeito lhe foi endereçado. Na sua versão mais actual (2009), o mesmo pode ser acedido em:

http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/IndicadoresEthos-Sebrae_2009_port.pdf

O questionário, formado por 36 questões abertas e várias questões fechadas, ligadas a cada uma das abertas, foi entregue a cada entidade com o pedido de ser respondido com a participação de algum parceiro social.

A recolha dos dados foi efectuada pessoalmente pelo investigador ou por outros alunos do Professor Orientador junto do responsável da entidade.

Os Indicadores Ethos-Sebrae abarcam os seguintes sete temas:³⁰

Valores, Transparência e Governança, com cinco questões, onde se aprofundam os conceitos de valores e princípios éticos, pontos nucleares da vida empresarial, e se verifica a clareza da sua missão. Lembra Flores (2008) que o entendimento da responsabilidade social por parte da empresa parte desta compreensão de que a sua acção “deve buscar trazer benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidos”;

Público Interno, com oito questões, clarificando que não basta corresponder à legislação laboral mas é necessário avançar com a implementação de apoio à formação e promoção dos colaboradores, sem esquecer a unidade pessoa/trabalhador;

Meio Ambiente, com três questões, transparecendo uma acção pedagógica quanto à utilização dos meios, não só pela empresa mas também pelos seus próprios parceiros, quanto aos impactos directos no meio ambiente pela utilização mas também os impactos indirectos destacando o ciclo de vida dos diversos tipos de bens;

Fornecedores, com quatro questões, em que se propõe uma função pedagógica por parte da empresa junto dos seus parceiros para que toda a cadeia de valor seja ‘limpa’ quanto à responsabilidade social;

Consumidores e Clientes, com cinco questões, focando a necessidade de que a empresa forneça bens e serviços baseados nos interesses e necessidades dos seus parceiros, garantindo uma assistência pós-venda e um marketing transparente;

Comunidade, com sete questões, onde é desenvolvida a ideia de que a empresa deve ser um agente activo no desenvolvimento da comunidade em que está envolvida, não apenas pelo retorno que pode trazer-lhe em termos de viabilidade económico financeira mas também no bem-estar dos seus colaboradores e como compensação pelas possíveis externalidades que possa provocar;

³⁰ Ver Anexo 1, para uma maior especificação.

Governo e Sociedade, com quatro questões, em que, no dizer de Flores (2008), “programas de consciencialização para a cidadania e importância do voto para o seu público interno e comunidade de entorno são um grande passo para que a empresa possa alcançar um papel de liderança na discussão de temas como participação popular e corrupção”. Um tema importante numa sociedade em que todos criticam mas poucos fazem.

Encontrando este inquérito na *net* ao preparar um trabalho sobre relatos de sustentabilidade, ‘houve um amor à primeira vista’ pela forma didáctica como as questões são apresentadas de modo que as empresas quase aprendem sozinhas o que devem fazer em cada um dos temas apresentados. Dada a autorização para o utilizar em Portugal, para fins académicos, apresentou-se o dilema da sua publicação imediata, na versão original, ou numa adaptação com a ‘tradução’ de algumas palavras faladas no Brasil e não aqui. Vingou a primeira hipótese com a criação de um pequeno glossário de termos pouco utilizados em Portugal. Talvez tenha sido insuficiente para a interpretação de alguma das questões. Alguns pontos são inadaptados para o nosso país como a classificação de indígenas e negros (pretos e pardos) - questão 9 - a qual talvez possa ser importante no alerta para o problema da xenofobia quanto a imigrantes e ciganos. Também a questão 24 parece mal formulada por colocar a pergunta pela negativa; muitos respondentes referenciaram o problema mas outros terão respondido sem grande convicção sobre se deveriam responder sim ou não.

De qualquer modo, é de crer que a realidade portuguesa não é tão díspar da brasileira, no que se refere aos problemas socioeconómicos, como se poderia imaginar. Talvez no Brasil as empresas estejam mais despertas para o tema da responsabilidade social e utilizem os serviços do Instituto Ethos como uma ferramenta de gestão e por cá ainda considerem este inquérito quase uma intromissão. No entanto, existe a convicção de que, com formação adequada aos quadros empresariais, estes verão o benefício desta análise, tanto em termos globais como em cada caso particular, apercebendo-se de facto da sua responsabilidade social para com os vários parceiros.

4 - Análise de Dados

4.1. Contextualização global

No decurso do trabalho de campo realizado pelo investigador, constatou-se a recusa peremptória a responder por parte de algumas empresas. Por outro lado, devem colocar-se algumas reservas acerca da qualidade dos dados recolhidos porque os questionários não terão sido respondidos por um grupo de trabalho englobando vários parceiros sociais, como se pedia, mas, normalmente, só por um respondente, designadamente o responsável da empresa:

- Em primeiro lugar deve-se referir que algumas respostas dadas como “NA – não aplicável”, foram tratadas como “Não”. Deu a ideia de que, quando a pergunta não interessa muito, é fácil dar esta resposta porque não coloca tantos problemas de consciência... Em todo o ocaso, aceitou-se, por exemplo, que uma empresa sem trabalhadores (apenas sócios) poderá tratar como “NA – não aplicável”, questões referentes a empregados. Mas há outras questões em que se torna evidente o “Não” camuflado em “NA”. Já Flores (2008) referiu a necessidade de filtrar algumas respostas, adaptando um quadro de Bernardes (2006). No entanto não se considera este critério a 100% por não se ter participado directamente no preenchimento das respostas e se desconhecer, portanto, a realidade concreta de cada caso. Estes estudos baseavam-se “na percepção da pesquisadora em relação aos comentários informais dos entrevistados” e apenas considerava “Sim” as respostas em que é explicado adequadamente como o indicador é aplicado, caso contrário esses “Sim” foram consideradas “Não”. É provável que em possíveis futuras aplicações dos Indicadores Ethos-Sebrae o autor tente estar mais atento a esta percepção, o que só será possível alertando previamente os entrevistados para esta condição.
- A questão 1 – Compromissos éticos, não admite “NA” pois a empresa ou tem um documento escrito ou não tem; e o mesmo se passa com, entre outras, a questão 3 - Práticas anti-corrupção, que indica se há relacionamento ético e transparente com o governo, ou não (admitir “caixa dois” e sonegar documentos da contabilidade), ou a questão 4 – Balanço social, em que ou há informações sobre balanço social, ou não há.

- A questão 24 – Política de comunicação comercial, parece mal formulada por fazer a pergunta pela negativa; alguns inquiridos expressaram este problema e outros deram respostas díspares sem que talvez a intenção fosse essa.
- Nalguns inquéritos o número de funcionários expresso na ficha de identificação da empresa não corresponde aos números apontados nas questões 9 - Valorização da diversidade e promoção da equidade, e 12 – Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade. Em ambas as questões se pediam valores percentuais mas algumas respostas vinham expressas em valores absolutos, por vezes, com esta divergência.
- Não transparece nas respostas que as mesmas tenham sido ponderadas por vários parceiros sociais, naturalmente mais críticos do que a gerência. Dado que se trata de uma primeira aproximação ao problema talvez isso possa ser aceitável, embora deva ficar anotado para futuras pesquisas.

Apesar das reservas mencionadas, foi possível analisar as respostas obtidas e evidenciar alguns resultados relevantes.

Para auxiliar o inquérito, foi criada uma pequena ficha de identificação da empresa. No entanto, ela não permite comparar alguma da informação recolhida com o estudo similar de Flores (2008). É o caso do tipo de gestão (familiar ou não), ou da função ocupada, antiguidade, idade, formação escolar e género do respondente.

Quanto ao tipo de gestão, a pesquisadora brasileira menciona que 100% das entidades por si investigadas eram empresas familiares. Não se confirma esta característica na amostra estudada em Portugal, uma vez que dela fazem parte associações, cooperativas, fundações e sociedades anónimas.

A amostra portuguesa, englobando 62 empresas, é quase quatro vezes superior à brasileira (18 respostas). Note-se que Flores (op. cit.) limitou a sua pesquisa a uma cidade do litoral Norte Catarinense, enquanto no caso presente foram inquiridas empresas em diversas regiões do país, embora a grande maioria com sede no Alentejo e no Algarve (ver Tabela 4).

Tabela 4: Distribuição das respostas por Distrito

Évora	41
Portalegre	7
Beja	2
Faro	2
Outros	10
Total	62

No que se refere aos ramos de actividade inquiridos, no Brasil as empresas componentes da amostra eram maioritariamente da área de comércio a retalho, englobando ainda empresas industriais e prestadoras de serviços, e das que enviaram os indicadores preenchidos, em Portugal, obteve-se uma distribuição bastante mais dispersa (ver Tabela 5), pois em 42 respostas válidas, neste ponto, não apareceram CAE's iguais. Mesmo apurando apenas os dois primeiros dígitos do código registado pela entidade, agruparam-se as mesmas 42 empresas em 26 códigos diferentes.

Com os dados obtidos apura-se uma distribuição dos empresários, por género, muito diferente da brasileira (ver Tabela 6). Não se pode pois tirar a ilação de Flores (op. cit.) confirmando uma pesquisa divulgada no início de 2008 pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade de que “as mulheres já compõem a maioria entre os empreendedores nacionais”. Em Portugal a tendência poderá ser para a subida das mulheres no mundo dos negócios, mas neste estudo o resultado ainda está longe do equilíbrio brasileiro.

Tabela 5: Distribuição das respostas por Ramo da Actividade

	Brasil	Portugal
Agricultura, Pecuária		Agricultura e pecuária
Indústrias Extractivas		Minerais não metálicos
Indústrias transformadoras	Confecção de roupas Confecção de uniformes Manuseio de mármore e granitos Indústria de esquadrias	Bens alimentares Recuperação e reparação Alvenaria, transformação e serração de mármore
Comércio	Comércio de couro e calçado Roupas e artigos desportivos Piscinas Combustíveis Camiões Artesanato Açougue Agropecuária Mercearia Panificadora	Comércio de calçado Roupas Pedras Produtos agrícolas Drogaria Papellaria e fotocópias
Serviços	Lanchonete Petshop	Transportes Restauração Divertimento Contabilidade Mediação imobiliária Ginásio
Entidades não lucrativas		Casa de repouso Associação de tempos livres ³¹

Tabela 6: Distribuição dos responsáveis da empresa, por género

	Brasil	Portugal
Homens	10 (56%)	44 (71%)
Mulheres	8 (44%)	8 (13%)
Sem resposta		10 (16%)

Como foi referido acima não é possível aferir os resultados brasileiros quanto ao tempo de actividade das empresas entrevistadas nem quanto à idade e grau académico dos gestores. Fica no entanto registado, para futuros estudos, que Flores (op. cit.) verificou

³¹ Igualmente se recebeu a resposta de um município, que não foi integrado no estudo por não se poder considerar uma PME, com cerca de 1000 trabalhadores.

que é bastante superior a percentagem de mulheres com curso superior – 62,5% – contra 30% de homens, e para além disso, 12,5% das mulheres fizeram um curso de pós-graduação. É igualmente interessante perceber que no Brasil a grande maioria (62,5%) das mulheres gestoras está com idade compreendida entre 41/50 anos, 12,5% entre 31/40 anos e 25% entre 20/30 anos. Quanto aos homens a distribuição é mais homogénea pois apresenta 20% nas faixas etárias dos 20/30; 51/60 e 61/70, 10% dos 31/40 e 30% dos 41/50. Seria talvez interessante perceber a razão da quebra, tanto nos homens como nas mulheres, na faixa 31/40 anos.

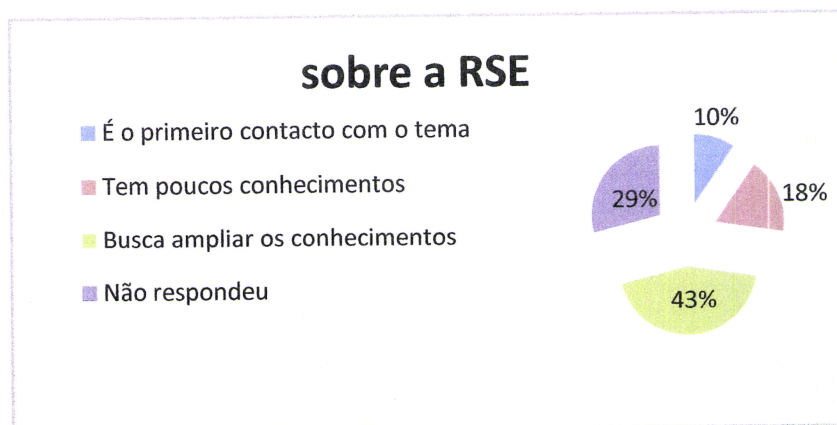
Infelizmente quase um quarto da amostra portuguesa – 18 inquéritos - não trazem as respostas às primeiras nove questões, onde se faz uma pequena triagem dos conhecimentos sobre a Responsabilidade Social e provoca uma salutar reflexão sobre o tema. Foi efectuado novo pedido a estes respondentes para solucionarem esta falha mas sem grande resultado prático. Das respostas válidas apraz registar que existe uma sensibilização para o problema (ver Tabela 7).

Tabela 7: Respostas obtidas na questão 1 sobre a RSE

É o primeiro contacto com o tema	6
Tem poucos conhecimentos	11
Busca ampliar os conhecimentos	27
Não respondeu	18
Total	62

Na análise ao Inquérito não foi seguido o procedimento de Flores (op. cit.) de transformar muitas respostas afirmativas em negativas, sempre que o respondente não “explica adequadamente como o indicador é aplicado”. Como já se referiu, é a primeira vez que se aplica em Portugal esta bateria de indicadores pelo que são aceites as respostas dadas pelos inquiridos com a ressalva das respostas “NA – não aplicável”, serem transformadas em “Não” quando se percebe que o indicador não é aplicado. De qualquer modo, procura-se acompanhar o estudo brasileiro, embora não se siga a mesma metodologia de focar a atenção apenas em duas questões dos temas Valores e Transparência e Clientes e numa única questão para os restantes temas. A investigadora

Gráfico 1 – Conhecimento sobre RSE

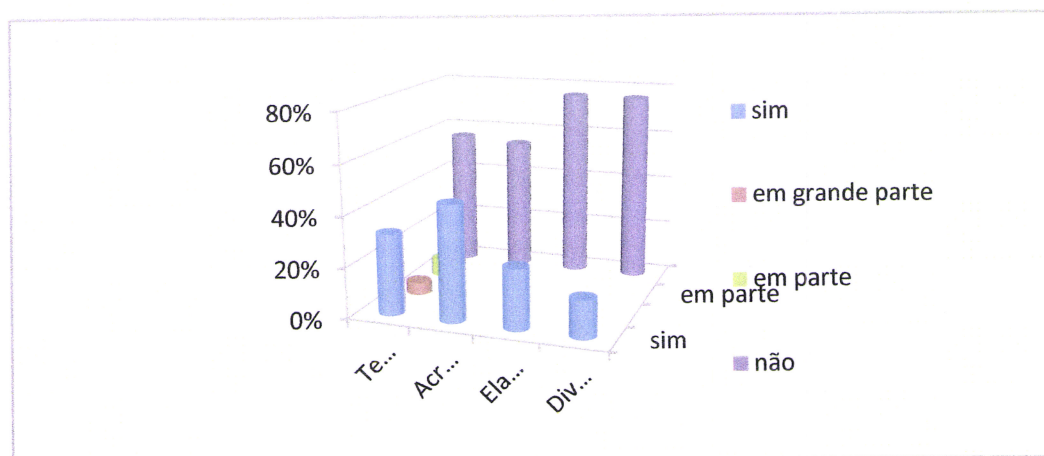


brasileira aceita como empresa socialmente responsável aquela que responde “afirmativamente a pelo menos uma das questões do questionário, advindas de qualquer um dos sete temas/indicadores Ethos-Sebrae”, mas impõe uma segunda condicionante: “saber justificar a sua resposta de acordo com a pergunta formulada”, a qual, no caso da amostra portuguesa, não foi possível inquirir. Esse facto empresta alguma fragilidade à análise comparativa que se pretende levar a cabo.

4.2. Pormenorização comparada

A fim de não deixar este estudo demasiado pesado considerou-se que seria mais produtivo efectuar a análise sem a sobrecarregar com inúmeras tabelas. Por esse motivo os temas a seguir avaliados poderão ser confirmados nos anexos onde ficam registados os dados estatísticos apurados, por questão nuclear, em valores, em percentagem e graficamente. Embora pareça transparecer um certo *laissez faire* quanto à análise estatística, num desejável cruzamento entre as respostas nucleares e as respectivas complementações, optou-se por deixar o presente trabalho como que numa fase embrionária, esperando que estudos futuros possam ser mais desenvolvidos. É que, perante o enorme número de pontos complementares sem resposta, a análise poderia pecar por trabalhar com uma mesma amostra mas com diferentes dimensões.

Gráfico 2– Informações sobre o balanço social



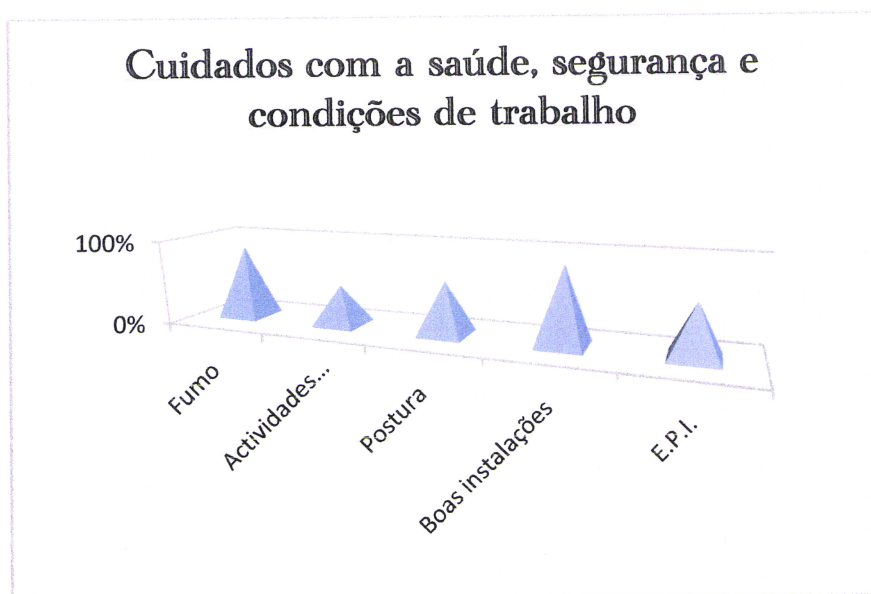
Relativamente aos indicadores de desempenho referentes ao tema **Valores, Transparência e Governança**, denota-se uma significativa percentagem de desconhecimento da parte dos respondentes, ficando assim minorizada a importância de um documento referindo a Visão e a Missão da empresa.

Ainda assim, fica manifesta uma forte consciência anti-suborno. Esta questão da Visão e da Missão da empresa é de suma relevância para o Instituto Ethos e para a Sebrae que, em “Responsabilidade Social Empresarial para Micro e pequenas Empresas – Passo a Passo”, ensina como criar e divulgar uma declaração de missão, identificando as metas e aspirações a que se pretende chegar, bem como aponta algumas estratégias a utilizar para esse fim, não esquecendo nunca que um documento destes exige o envolvimento dos vários parceiros sociais, pois são eles que mostram os pontos em que melhor se deve esmiuçar esta declaração.

No que se refere à questão 4 – Balanço social, tiram-se algumas ilações imediatas: mais de metade da amostra desconhece esta ferramenta e, por algumas respostas, depreende-se que alguns fazem confusão com o balanço contabilístico pelo que o “Sim” ganha significado na consciencialização, pois não se acredita em algo desconhecido e não se elabora o que se desconhece, o que é confirmado pela não divulgação significativa.

Considerando os indicadores referentes ao **Público Interno**, veja-se a preocupação com o tema “Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho”, com uma boa *performance*, principalmente no que se refere ao fumo (80%) e qualidade das instalações (90%), mas com resultados mais frágeis no que se refere aos restantes pontos.

Gráfico 3 – Preocupação com o bem estar dos empregados



Quanto aos indicadores sobre o **Meio Ambiente**, Flores (op. cit.) refere que 89% da amostra brasileira demonstra uma boa prática para a melhoria do meio ambiente. Embora a maioria das respostas portuguesas (37% “Sim”, 10% “Em grande parte” e 24% “Em parte”) sejam positivas na “Gestão e produção de relatórios para medição dos impactos”, o que é facto é que existem ainda 29% que não “Conhece, entende e avalia os impactos da sua actividade”.

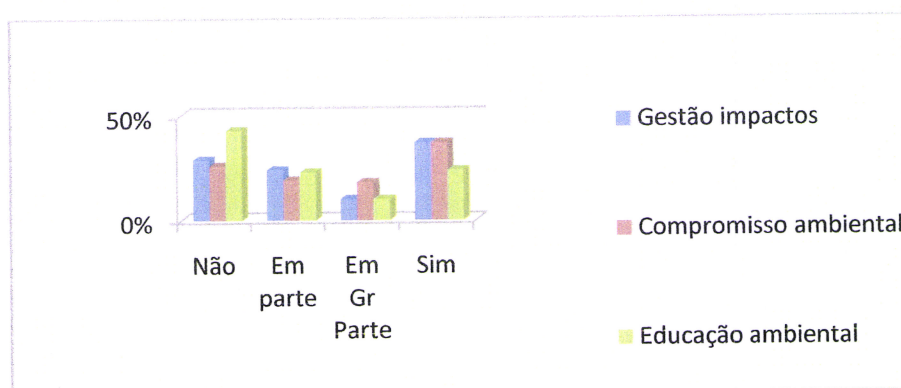
A questão “Compromissos ambientais” apresenta uma forte frequência de respostas inválidas. Por lapso de natureza gráfica, esta questão só foi anexada posteriormente à distribuição inicial dos inquéritos pelo que se compreende este resultado. Deste modo terão de ser retiradas as empresas que não responderam a esta questão pelo que o ‘Sim’, acrescido às respostas ‘Em grande parte’ ganha uma dimensão de 71%.

Tabela 8: Respostas obtidas na questão 15 sobre compromissos ambientais

	N de respostas	% (incluindo as sem resposta)	% (excluindo as sem resposta)
Sem resposta	14	22,5	---
Não	1	1,6	2,0
Não aplicável	1	1,6	2,0
Em parte	12	19,4	25,0
Em grande parte	11	17,7	23,1
Sim	23	37,0	47,9
Total	62	100,0	100,0

(dados primários)

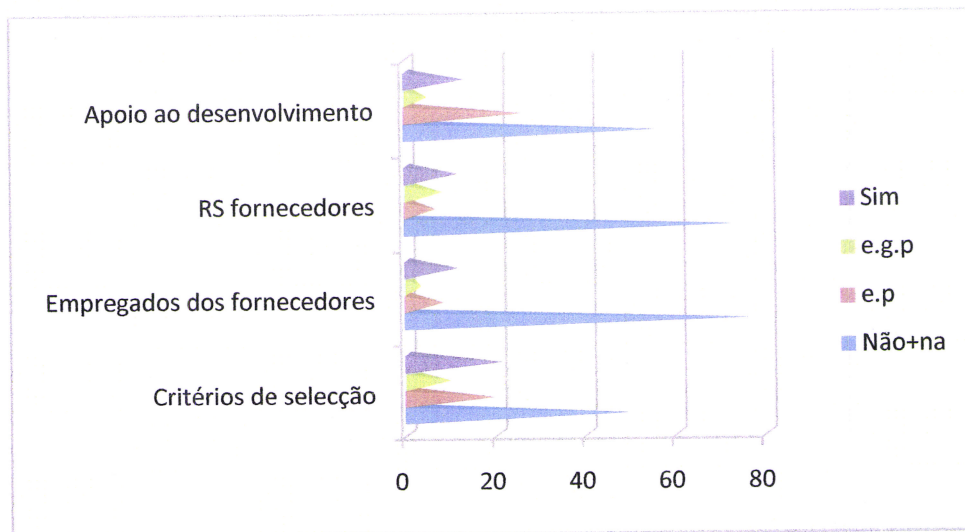
Gráfico 4 Educação e consciencialização ambiental



No que toca à questão “Educação e consciencialização” verifica-se uma grande percentagem de “Não”, muitos deles forçados na introdução dos dados pois nalguns casos a resposta era “NA”. Ora a pergunta é clara. A empresa faz isso? (Promove a educação ambiental junto dos empregados e familiares?). 44% diz não o fazer e apenas 24% (15 respostas) referem fazê-lo. Destas 15 afirmativas, quatro não promovem campanhas para redução de consumo de água e energia, para reciclagem de materiais, para descarte de resíduos tóxicos, nem incentivam transporte solidário.

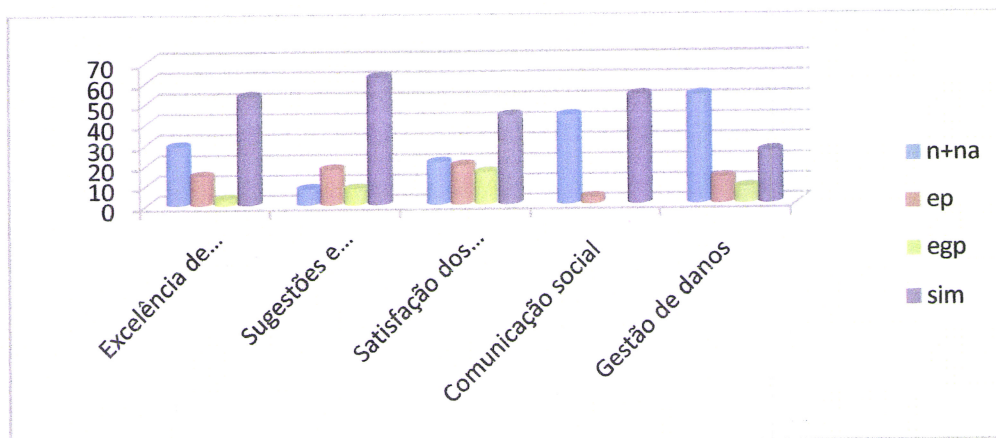
O tema **Fornecedores** é de certo modo tabu pois que, compreensivelmente, se as empresas mostram ter poucas informações sobre esta matéria, não compreendem a responsabilidade que têm em exigir essas mesmas habilitações aos seus fornecedores. Alguns “Não” contabilizados englobam respostas dadas como “NA”. No Brasil apurou-se a seguinte informação: 33% dos entrevistados afirmaram só contratar ou estabelecer parcerias com empresas cumpridoras da lei, contra 11% que não segue estes princípios, e 56% diz desconhecer o procedimento dos terceiros. Em Portugal não se verifica uma muito maior desvinculação das empresas perante o modo como os seus fornecedores são socialmente responsáveis. Apenas 30,7% têm esta atenção, meramente passiva, mas quanto à verificação das condições dos fornecedores para com os seus empregados, ou no apoio activo, essa percentagem baixa para 15%. É compreensível que estas pequenas, médias e micro empresas não se possam preocupar com a *performance* dos fornecedores se nem se aperceberam ainda da importância de se preocuparem com a sua própria posição perante este problema.

Gráfico 5- Selecção dos fornecedores



Na área de **Consumidores e clientes** também se notam algumas diferenças entre os resultados brasileiros e portugueses. Aqui são avaliados os comportamentos da empresa perante os seus clientes. Se estes parceiros participassem no inquérito, poderia dar-se mais crédito ao valor das respostas. No entanto a leitura das réplicas recolhidas mostra como é muito fraco o nível de conhecimento e gestão dos danos potenciais dos produtos e serviços fornecidos – em Portugal apenas 34% dos inquiridos responde afirmativamente, contra 100% da consciencialização brasileira, embora Flores (op. cit.) salguarde que “quando o produto oferecido é fornecido por grandes organizações, esta publicidade já é realizada por elas, mas o empresário da MPE garante toda a assistência e o contacto com o fornecedor na defesa do consumidor”. Neste tema ainda se deve referenciar a disparidade entre as respostas nucleares e as complementares, designadamente no indicador “Dúvidas, sugestões e reclamações” com um “Sim” peremptório acompanhado de quatro “Não”.

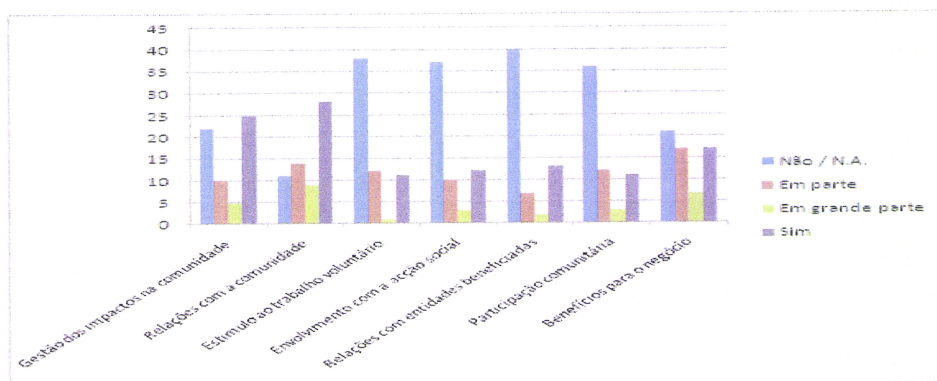
Gráfico 6- Consumidores e clientes



No que toca às relações com a **Comunidade**, a resposta brasileira é um pleno. Segundo Flores (op. cit.), a totalidade da amostra (100%) afirmou participar na comunidade, sendo que as formas de participação citadas foram:

- auxílio a instituições de caridade;
- participação activa em órgão de apoio aos empresários, com envolvimento em decisões de melhorias para a comunidade;
- participação em associações que incentivam desportos em comunidades carentes, actuando como instrutores;
- trabalhos com menores, aprendizes em diversas profissões;
- actuação em creches e igrejas;
- participação em ONG;
- actuação em associação de moradores.

Gráfico 7- Relacionamento com a comunidade

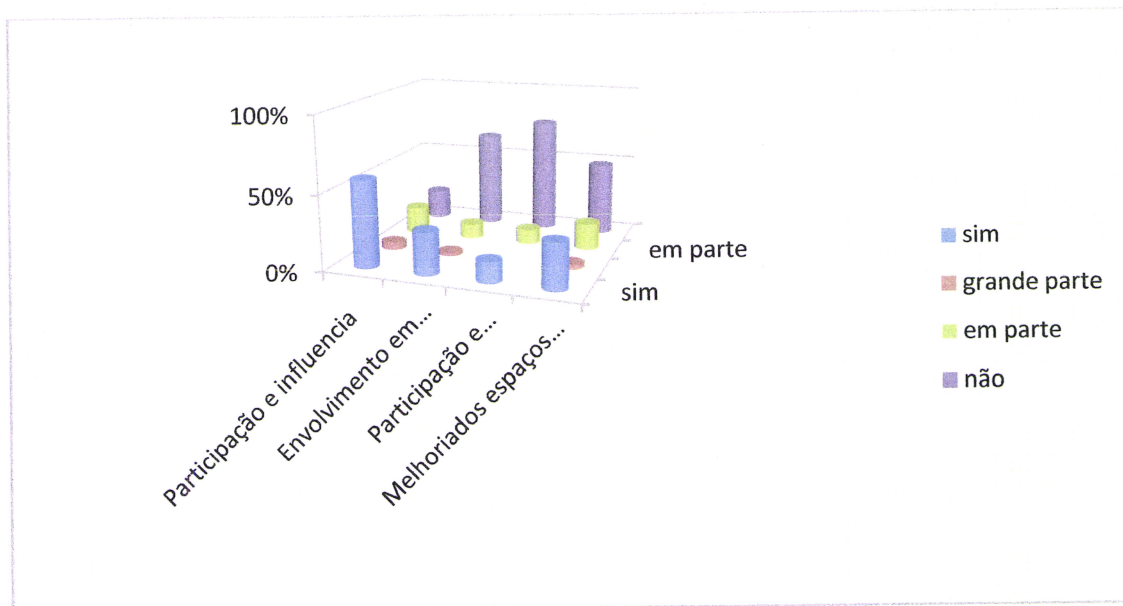


Já os empresários portugueses foram mais comedidos pois 17,7% refere “Não” e 22,6% indica que o faz “Em parte” pelo que apenas 40% dá resposta positiva. No entanto, o estímulo ao trabalho voluntário e o envolvimento da empresa com a acção social ronda apenas os 20%.

Finalmente, no que diz respeito ao tema **Governo e sociedade**, parece haver uma certa dificuldade em compreender o âmbito da questão “Envolvimento em campanhas políticas”, considerando-se muito significativa a dimensão das respostas “NA” (42%). A questão “Participação e acompanhamento das Administrações públicas” mostra à evidência – apenas 14,5% participa – a apatia das pessoas e das empresas na vida pública. Em todo o caso as respostas “Não” contêm também as “NA” pois a questão é clara. Flores (op. cit.) coloca este tema numa balança equilibrada com 50% para cada

sentido de resposta, o que é semelhante à disposição dos portugueses para influenciar. Curiosamente, para ‘trabalhar’ em melhorias já só aparecem 30% de disponibilidades.

Gráfico 8- Responsabilização com o governo e a sociedade



5 – Conclusão

“só se ama o que se conhece, só se conhece o que se estuda”

(Provérbio popular)

Será que as pequenas, médias e micro empresas do Portugal periférico integram voluntariamente preocupações sociais e ambientais, a par das preocupações económicas, e têm em consideração as várias partes interessadas? Compreendem estas empresas o que é Responsabilidade social?

É esta a questão que se deve colocar a um investigador que se lança nesta pesquisa. É, pelo menos, esta a pergunta que o autor coloca a si próprio no final deste trabalho. E parece que a resposta poderá ser dada através de facetas diferentes. De um ponto de vista meramente conceptual, pode-se concluir pelo alheamento a este problema por ser algo em que os pequenos empresários, pelo menos os mais idosos, não foram instruídos, nem na escola, nem tão pouco em acções de formação profissional. No entanto se se atender às respostas obtidas ao longo do inquérito, verifica-se existir uma atitude prática positiva que tenta resolver as situações levantadas, seja no valor e na missão da empresa, que não estando escritos, são captados tanto pelos proprietários como pelos colaboradores, seja na melhoria das condições de trabalho e de atendimento a clientes ou nas exigências de qualidade aos fornecedores, seja ainda nas melhorias em termos ambientais, nas inter-relações dentro da comunidade, ou na maior responsabilidade cívica. Sem dúvida se pode concluir que as respostas obtidas em 2009 são muito mais assertivas do que teriam sido há cinco ou dez anos atrás. Poder-se-á afirmar que esta suposta melhoria não se deve tanto à mudança de mentalidade dos empresários mas tão somente às cada vez maiores reivindicações de trabalhadores, de clientes e de vizinhos. Não foi essa averiguação que motivou o presente estudo. O que é facto é que os empresários respondem positivamente como foi analisado. Claro que ainda há muito a melhorar como se regista nos parágrafos que seguem.

É convicção do autor deste trabalho que é necessário dar-lhe continuidade a fim de obter respostas mais concretas para as questões aqui levantadas e aprofundar ainda mais o problema de estudo atrás identificado. O inquérito do Instituto Ethos, com a sua pedagógica bateria de indicadores, deverá ser repetido junto das mesmas empresas, para verificar se existiu qualquer assomo de melhoria na responsabilidade, e junto de novas entidades para o despertar que é necessário nesta área.

A este respeito, seria desejável que o Gabinete de Investigação e Acção Social do Instituto Superior Económico e Social de Évora assumisse alguma iniciativa, numa atitude de cidadania, em colaboração com a Universidade de Évora, através de protocolos para que os alunos de licenciatura e de graduação pudessem colaborar na recolha dos dados, como foi realizado no presente ano lectivo. Aproveita-se para deixar aqui uma palavra de agradecimento para todos os que colaboraram nesta tarefa.

É importante perceber os erros para os corrigir no futuro e desde já fica o repto para que os inquiridores não aceitem que o inquérito seja apenas preenchido por uma única pessoa. Convém que as instruções para o preenchimento, existentes nos cadernos, sejam seguidas. Deve ser incutida a perspectiva de que se trata de uma ferramenta de trabalho para ser discutida e para levantar ideias inovadoras. Nesse sentido, também será importante chamar a atenção para as notas “o que fazer” existentes em cada questão do inquérito. Será de grande utilidade para os próprios inquiridores disporem de tempo para eles próprios servirem de moderadores nessas discussões. Além disso, será certamente um bom treino de liderança em contexto de trabalho real.

Julga-se que os empresários interessados em colaborar na continuidade destas matérias devem receber formação específica para o efeito. Esse é um dos pontos que deverá ser desenvolvido como sequência deste projecto (infelizmente, para o autor tem sido difícil nos últimos anos dispor de tempo durante a semana, por estar colocado fora do Alentejo).

Seria motivo de muito regozijo se o presente trabalho pudesse servir para mostrar como a Igreja tem desempenhado um papel importante na formação de Homens com funções de relevo na vida social e empresarial. A responsabilidade social da empresa passa pela ética dos seus profissionais. Parece importante que todos se sintam parte interessada na evolução da sociedade global e não apenas da empresa particular. Todos não serão de mais.

Considera-se muito interessante a comparação entre as respostas obtidas em Portugal e no Brasil. É sabido que este país tem desenvolvido bastantes acções no campo da RSE, como é a sua participação na ISO 26000. O presente trabalho de investigação pouco mais fez do que trazer este tema à colação, em Portugal, para as PME que não têm meios financeiros para desenvolver individualmente relatórios de sustentabilidade. Há

muito a fazer neste campo, e a Universidade, em colaboração com outras instituições sem fins lucrativos, pode e deve desempenhar o papel de *pivot* na aplicação continuada e mais alargada deste género de ferramentas. Os micro, pequenos e médios empresários portugueses, embora desconhecendo as técnicas de RSE, desenvolvem mesmo assim, empiricamente, muitas das suas exigências. Só lhes falta um pouco de auxílio do Estado, das entidades académicas e dos meios corporativos.

Os dados estão lançados para possíveis novos estudos sobre a matéria. Nesse sentido se considerou oportuno deixar em anexo a este trabalho “As Relações Jurídicas da Empresa com os seus parceiros Sociais”. Sendo estas relações de carácter legal, não fogem no entanto ao âmago da responsabilidade social, pois todos sabem da velha tendência portuguesa para fugir ao que é obrigatório. E, para almejar vir a ser socialmente responsável, uma empresa deverá começar por ser, antes do mais, “cumpridora”.

Bibliografia

AA.VV., 1966, *Bíblia Sagrada*, 2ª Edição, Difusora Bíblica, Lisboa / Fátima

AA.VV., 2003, *Delloite*, em Portugal: “O Desafio do Desenvolvimento Sustentável nas Empresas Portuguesas”, <http://www.bcsdportugal.org/files/100.pdf>, acedido em Jun2008

AA.VV., 2003, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo*, S. Paulo, Brasil, http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf, acedido em Jun2008

BEJA, Rui, “Desenvolvimento Sustentável: O Imperativo Sócioeconómico e o posicionamento dos Revisores oficiais de Contas”, www.ordemeconomistas.pt/xeo/attachfileu.jsp?look, acedido em Set2009

BENTO XVI, 2009, Carta Encíclica *A Caridade na Verdade*, Editorial A.O., Barcelos

BIGIO, Joseph, 2002, *Capital de Responsabilidade Social – mitigar a globalização*, UAL –Lisboa

BIGIO, J, “EUnomics and Competition Strategy” (<http://www.forum-pi.com.br/2009/noticias.php?idTipoInformacao=3&idInformacao=128>, acedido em Ago2009)

BRUNI, Luigino et. Al., 2000, *Economia de Comunhão –por uma cultura económica com várias dimensões*, Editora Cidade Nova, com o apoio da FEA

CALVEZ, Jean-Yves e PERRIN, Jacques, Tradução de VELOSO, Agostinho,sj (1960), *Igreja e Sociedade Económica*, Livraria Tavares Martins

CAMPOS, Taiane e RODRIGUES, Suzana, 2003, “Performance social corporative e performance económica: algumas contribuições para o debate”, *Economia & Gestão*, Belo Horizonte, v. 2e 3, nº4 e 5, p. 27- 43, Dez2002/Jul2003

CARROLL, Archie, 1999, “Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct”, *Business & Society*, vol 38, n.3, 268-295

CORREIA, M.Pupo, 2001, *Direito Comercial*, Ediforum, 7ª edição, Lisboa

COUTINHO ABREU, Jorge, 1999, *Curso de Direito Comercial Vol I*, Almedina, Coimbra

Educadores por la Sostenibilidad , jornal : <http://www.oei.es/decada/boletin025.htm>

FLORES, Raquel (2008), “ A responsabilidade social empresarial nas micro e pequenas empresas de uma cidade do litoral norte catarinense: Estudo para uma empresa júnior de uma universidade comunitária do sistema ACADE”, acedido em Março de 2009, http://www.fucape.br/premio/melhores_2008/127/pdf

GAGO, C.; CARDOSO, E.; CAMPOS, J.; VICENTE, L.; SANTOS, M. – , 2005, *Responsabilidade Social das Empresas Portuguesas – 25 Casos de Referência*, Companhia das Cores

Global Reporting Initiative, *Directrizes para Relatório de Sustentabilidade*, 2006, www.globalreporting.org , acedido em 2008

Indicadores Ethos-Sebrae, www.ethos.org.br e www.sebrae.com.br
http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/IndicadoresEtho-Sebrae2007-PORTUGUES.pdf

JORGE, Fátima, SEABRA, Fernando, GALLARDO, Dollores, 2007, “A percepção e motivação dos alunos de ciências empresariais e de ciências económicas sobre as temáticas da Ética Empresarial e Responsabilidade Social das Organizações “ , acedido em Dezembro de 2009, <http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XV/JorgeSeabraGallardo.pdf>

KOLEVA, Petia “La responsabilité sociale des entreprises dans les pays européens en transition : Réalité et limites “ , La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion, nº 211-212 –RSE- (Maio 2005)

KPMG, 2000, “Business Ethics Survey Report“, Toronto, www.apcer.pt/index.php?cat=62&item=138&hrq=...cd03ac71a10b3967 , acedido em 2008

MOREIRA, José; REGO, Arménio; SARRICO, Cláudia ,2003– *Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas: Um estudo da situação portuguesa*, Principia

MOREIRA, José, 2008, *A contas com a Ética Empresarial*, Principia, Cascais

NEVES, João César, 2008, *Introdução à Ética Empresarial*, Principia, Cascais

NUNES, Florbela – “Responsabilidade social das empresas – contributos para a construção de uma ferramenta de gestão”, *Economia e Sociologia*, n.º 79, 2005

PEREIRA DE ALMEIDA, António,????, *Direito Comercial* – “Legislação Comercial” da Editora Almeida & Leitão

PERNAS, Gonçalo e CAIADO, Helena, 2008, *Kit de Capacitação e Desenvolvimento de Competências em RSE*, RSE Portugal, ACEP, AIP-CE e SOCIUS, Iniciativa Comunitária Equal

PITEIRA, António e CORDOVIL, Nuno , 2008 “Análise comparativa de dois artigos científicos”, não publicado

PROENÇA, Fátima, SANTOS, Tânia e outros, 2008, *Guia sobre Responsabilidade Social das Empresas Portuguesas em Países em Desenvolvimento*, RSE Portugal, com ACEP, AIP-CE e SOCIUS, Iniciativa Comunitária Equal

RAMOS, André, 2006, “Ambiente e Desenvolvimento Sustentável”, *Revista da Qualidade da Ibertype*, edição nº 15, Nov/Dez

REGO, A.; MOREIRA, JM; SARRICO, Cláudia, 2003 *Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas – Um Estudo da Situação Portuguesa*, Principia, Cascais.

ROBERTO, José e SERRANO, António, 2006, “A questão do desempenho das organizações sem fins lucrativos”, *Economia e Sociologia* nº 81

SAMPAIO e MELLO, António - “A Responsabilidade Social das Empresas e o Lucro”,_-ACEGE_ Jan2008, acedido em Jun2009, http://www.ver.pt/acege/conteudos/pop_AntonioSampaoMello_090108.html

Seminário “A Responsabilidade Social das Organizações”, Lisboa, 16 e 17 de Junho de 2003, http://www.ishst.pt/downloads/content/Sintese_final_Seminario_RSO_2.pdf

SANTOS, Mª João, 2008, *ABC do Voluntariado*, RSE_Portugal, com ACEP, AIP-CE e SOCIUS, Iniciativa Comunitária Equal

SILVA, José Dias, 2002, *Viver o Evangelho servindo a pessoa e a sociedade*, Gráfica de Coimbra

Anexos

Juntam-se elementos que serviram de base ao estudo empírico apresentado.

O prefácio, ficha de identificação das empresas e a razão dos patrocínios portugueses compõem o anexo1, integrado no caderno entregue às empresas com o inquérito.

O anexo 2 resulta do apuramento de resultados às respostas de cada questão. Nalguns casos inclui ainda as questões complementares. No fundo é um resumo do anexo três com a contagem das respostas. Os gráficos correspondentes servem apenas para darem uma imagem de comparação dos resultados.

O anexo 3 transcreve a totalidade das respostas obtidas, agrupadas por temas. Não é facultado o ficheiro de identificação das empresas mas dele foram retiradas algumas informações não confidenciais: CAE, código postal, e, para os três anos 2006 – 2007 e 2008, o número de trabalhadores e volume de negócios. Diferentemente do proposto nos Indicadores Ethos-Sebrae a codificação das respostas é literal e não numérica, conforme a seguinte tabela:

a	Não
b	Em parte
c	Em grande parte
d	Sim
e	Não aplicável

O anexo 4 é cópia do ficheiro pdf retirado da net do sítio do Instituto Ethos com os Indicadores³².

³² O Inquérito está disponível on-line www.sebrae.com.br
http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/IndicadoresEtho-Sebrae2007-PORTUGUES.pdf

***Anexo 1 – Prefácio, glossário e ficha de identificação de empresa acoplados ao
Inquérito Ethos-Sebrae distribuído às empresas***



Gabinete de Investigação e Acção Social

do Instituto Superior Económico e Social de Évora (IAS-ISESE)

Prefácio

Na vossa mão está uma ferramenta de gestão.

Ao participar na resposta a estes “Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas” irá receber uma análise comparativa da vossa empresa, com outras, tomadas com este propósito referencial. A partir daí cada gestor agirá como entender.

Talvez seja este um primeiro contacto mais sistematizado sobre a temática da Responsabilidade Social e convém aproveitá-lo com um propósito didáctico.

O *Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social* bem como o *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)* têm-se dedicado no Brasil a motivar os gestores a auscultarem os vários parceiros sociais nos interesses que os ligam à empresa e não se satisfazerem apenas nos resultados apurados pela contabilidade.

A língua portuguesa é muito rica e no Brasil são utilizados termos diferentes daqueles a que estamos habituados. Dada a dificuldade técnica em rescrever o texto em linguagem mais corrente na nossa região, optou-se por criar um pequeno glossário ‘tradutor’ que ajudará certamente a ultrapassar alguma pequena dificuldade e segue em anexo.

Foi solicitado o patrocínio à novel Caixa de Crédito Agrícola Mútuo do Alentejo Central para a engajar neste compromisso com a sustentabilidade das empresas da região. Nada melhor do que um Banco regional e cooperativo a servir de referência a este interesse.

O patrocínio da Actuariado Lda justifica-se pelo seu próprio objecto social de assegurar a garantia de responsabilidades futuras perante os parceiros sociais pelas empresas suas clientes.

O Gabinete de Investiação e Acção Social do Instituto Superior Económico e Social de Évora (IAS-ISESE) é chamado a dar a garantia de maior idoneidade e independência, num espírito não lucrativo, a exemplo das referidas instituições brasileiras. É que não se pretende limitar o lançamento deste inquérito à criação e análise de uma pequena base de dados empresariais para a feitura de uma dissertação académica e posterior arquivamento. As PME do Alentejo verão as vantagens destes indicadores e exigirão uma continuidade em que o IAS-ISESE poderá corresponder de modo válido e continuado.

Pessoalmente espero não defraudar as expectativas de quantos aguardam o resultado da dissertação no mestrado em Gestão que apresentarei, se Deus quiser, na Universidade de Évora neste ano de 2009, com o título **“Princípios de Responsabilidade Social: Como vão as coisas nas Pequenas e Médias Empresas do Portugal periférico?”**. Para os bons resultados necessito de respostas significativas e que demonstrem o interesse dos empresários regionais em não se deixarem ultrapassar pelas novas técnicas de gestão.

Desde já grato pela vossa participação,

Nuno Potes Cordovil

Glossário de termos pouco utilizados em Portugal:

Português Brasil	Pág	Português Portugal	Português Brasil	Pág	Português Portugal
Antipropina	17	Suborno	Geração de renda	35	Valor acrescentado
Cesta básica	22	Cabaz de compras	Gerenciamento	29,4 0,41	Gestão
Coleta	30	Recolha	Imposto de renda	51	IRS
Descarte	31, 39	Remoção	Inadimplência	28	Incumprimento, endividamento
Destinação	30	Destino	Nota fiscal	32	Factura
Entorno	41, 42	Vizinha, vizinhança	Santinhos	49	Autocolantes
Fechamento	30	Fecho	Trabalhista	32	Laboral

actuariado

Actuariado Id

Tendo como objectivo a sustentabilidade de outras empresas e a responsabilidade que estas têm para com os seus stakeholders, sejam trabalhadores ou clientes, pretende apoiar outros potenciais clientes institucionais na garantia consciente e efectiva desses mesmos direitos.



A Caixa de Crédito Agrícola do Alentejo Central é claramente o Banco que está mais próximo dos seus clientes, para quem olha também numa perspectiva social. Contribuir para a manutenção da actividade no espaço rural, constitui uma das nossas preocupações e objectivos. Com efeito, sendo o Alentejo uma região com pouca indústria, onde existem quase exclusivamente pequenas empresas, grande parte ligadas ao mundo rural, a vertente social ganha aqui uma expressão mais significativa.

Parece-nos, assim, que este estudo pode contribuir para desenvolver e divulgar um instrumento de gestão que contribua para formas de gestão mais adequadas às exigências do tempo presente.

* Razão Social:			
* Identificação Fiscal:		C.A.E.	
* Endereço:			
* Localidade:			
* Código Postal:	-	-	
* Telefone:			
* Fax:			
Página electrónica:			
Presidente Direcção:			
Nome			
* E-mail			
* Telefone:			
Pessoa a contatar:			
Nível Hierárquico:			
Área:			
Cargo :			
E-mail:			
Telefone:			
	2006	2007	2008
* Número de Funcionários:			
* Facturação (euros):			



actuariado



CAIXA DE CRÉDITO AGRÍCOLA
DO
ALENTEJO CENTRAL

Anexo 2 – Apuramento dos resultados referentes à análise de dados

(em valores absolutos e em percentagem)

Figura 1: Valores, Transparência e Governança

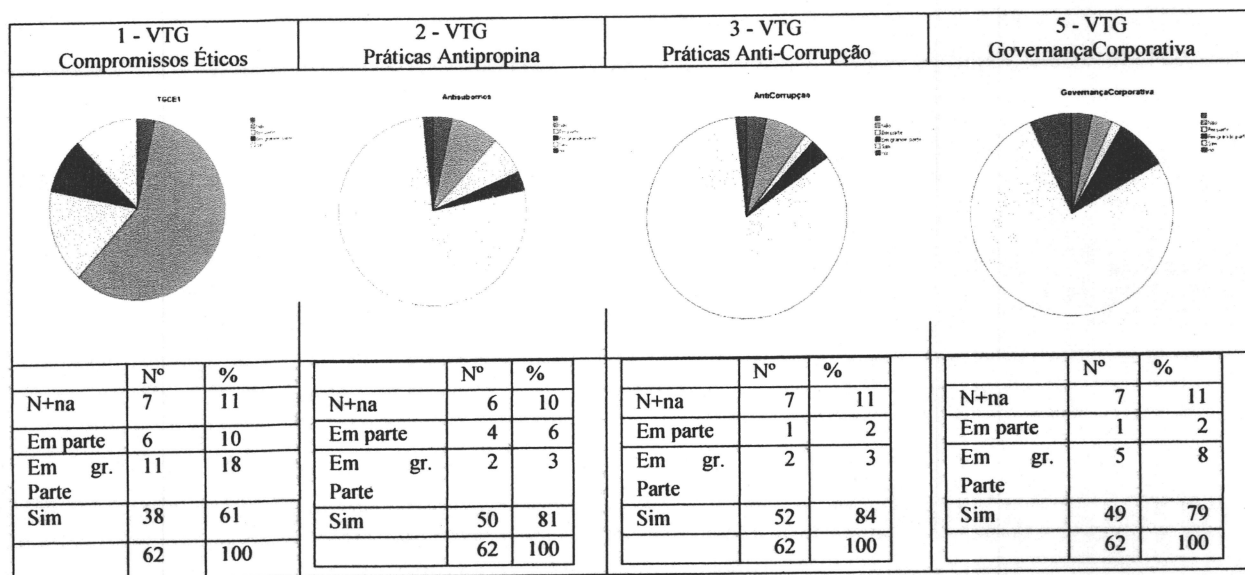


Figura 2: Valores, Transparência e Governança (cont.)

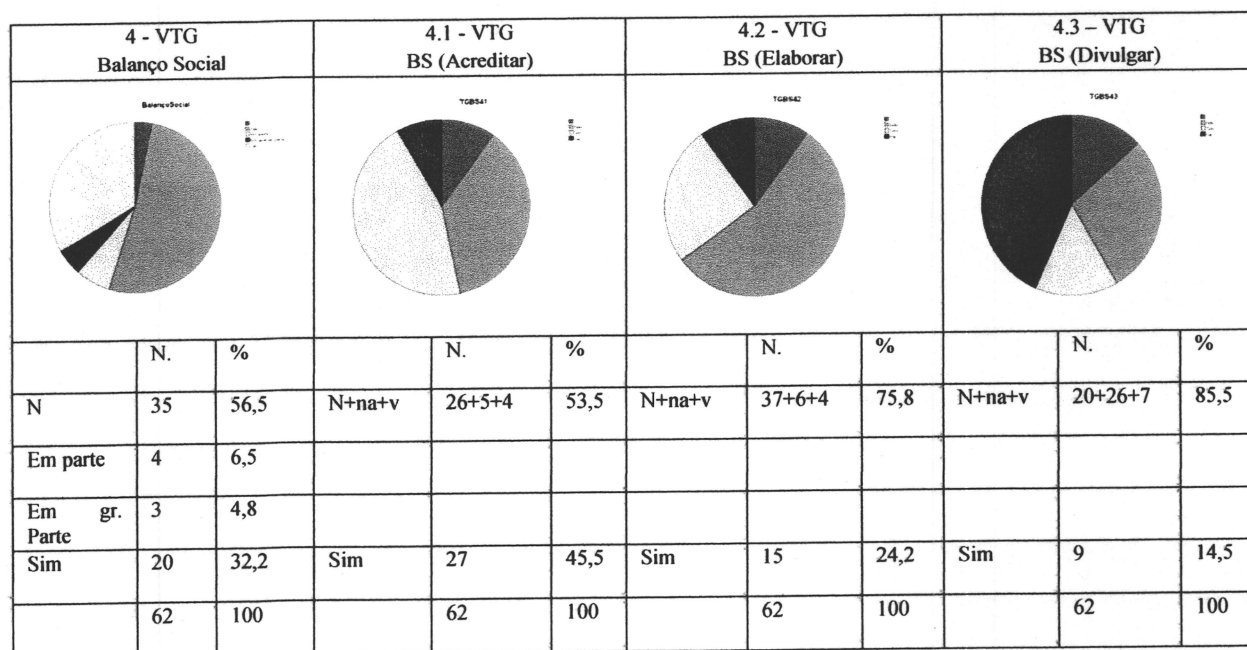


Tabela 8: Público Interno – Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho

questões	6		6.1		6.2		6.3		6.4		6.5		6.6	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
Valid (valores que o sistema não valida)	2	3	4	6	4	7	4	7	4	7	4	7	4	7
não			4	7	24	40	16	27			13	21	12	20
em parte	4	7												
em grande parte	6	10												
sim	48	80	52	87	29	48	38	63	54	90	36	60	37	61
na					3	5	2	3	2	3	7	12	7	12
total	60	100												

(dados primários)

Figura 3: Público Interno – Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho

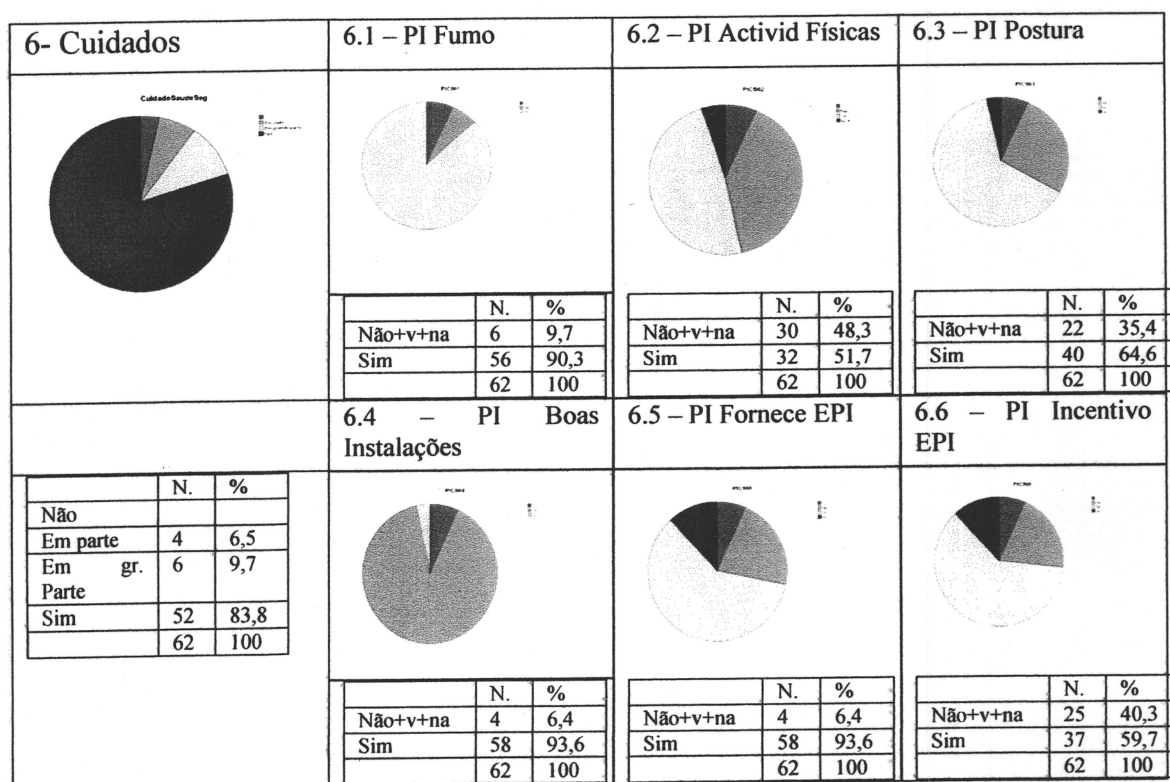
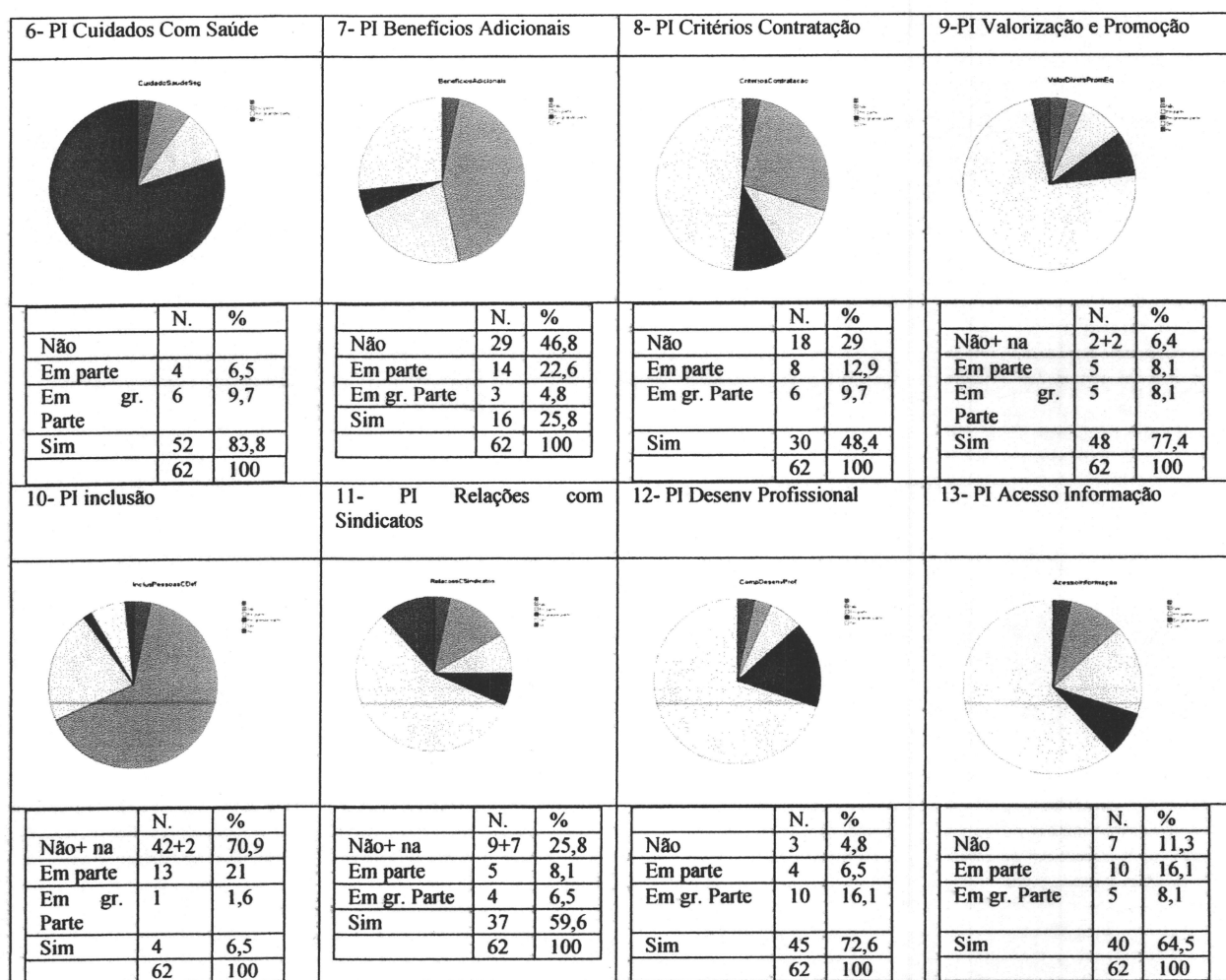
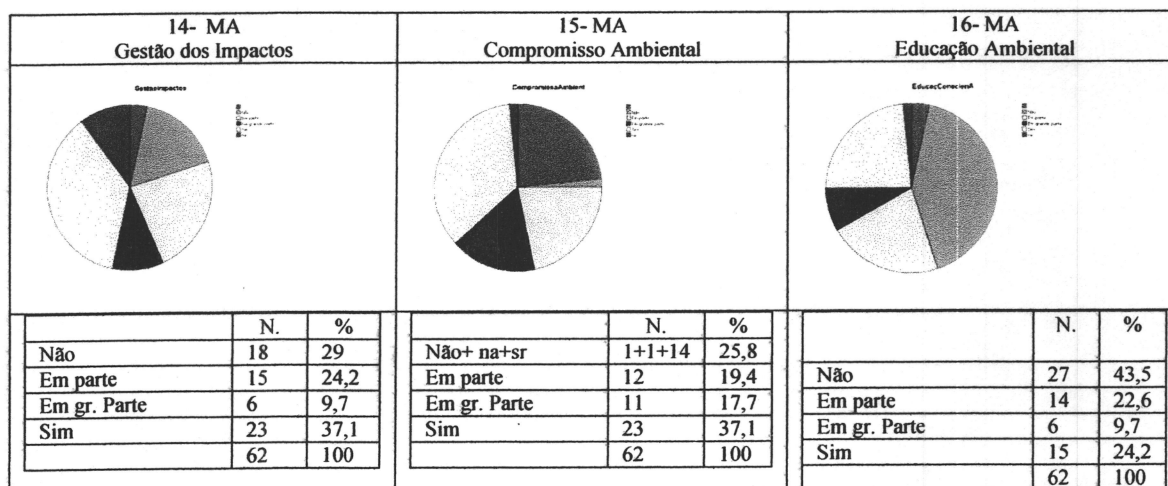


Figura 4: Público Interno



na – não aplicável ; sr – sem resposta (dados primários)

Figura 5: Meio Ambiente



na – não aplicável ; sr – sem resposta (dados primários)

Figura 6: Fornecedores

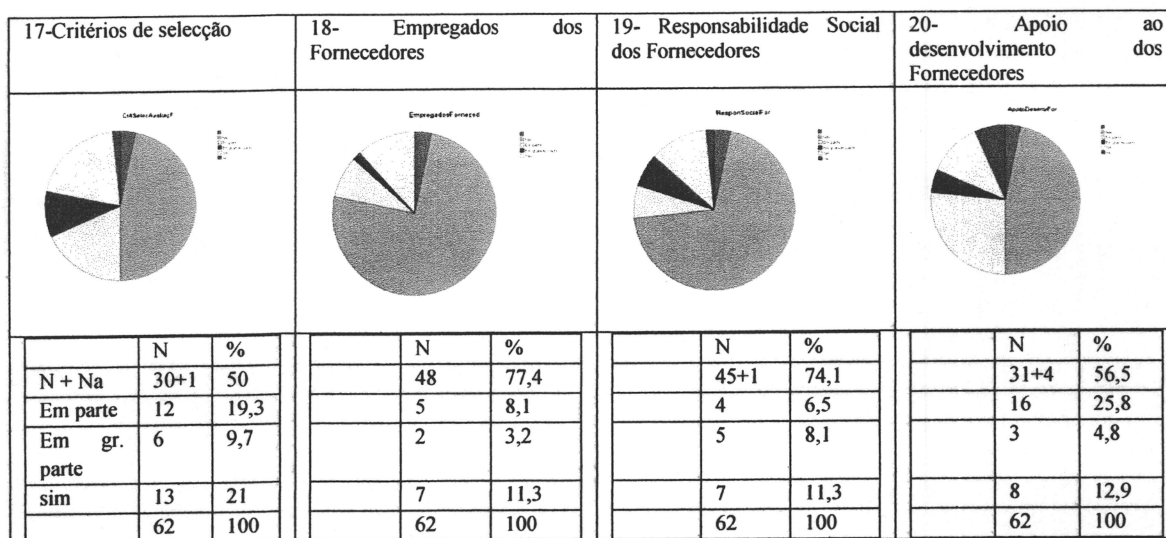


Figura 7: Consumidores e Clientes

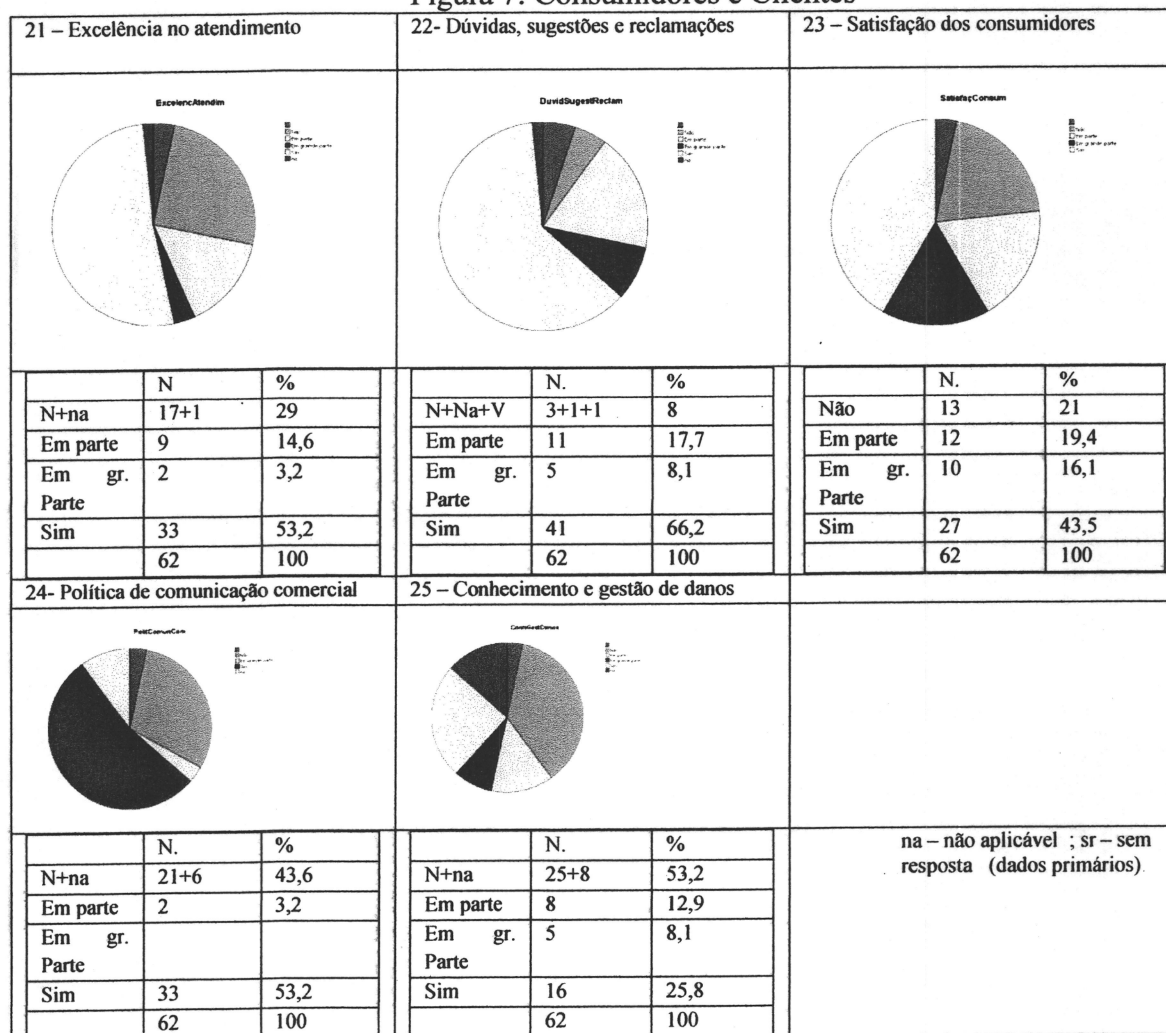
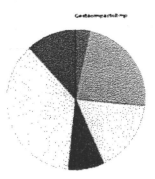
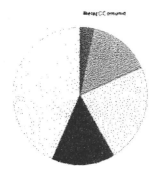
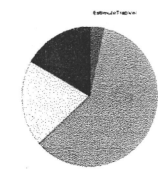
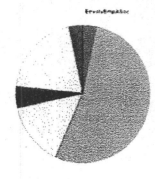
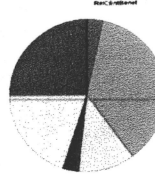
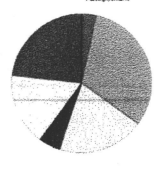
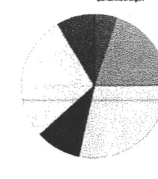

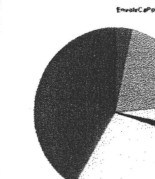
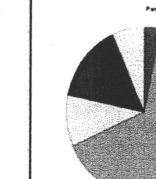



Figura 8: Comunidade

26 – Gestão do impacto da empresa na comunidade	27 – Relações com a comunidade envolvente	28 – Estímulo ao trabalho voluntário	29 – Envolvimento da empresa com a acção social																																																																								
																																																																											
<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na</td><td>15+7</td><td>35,5</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>10</td><td>16,1</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>5</td><td>8,1</td></tr><tr><td>Parte</td><td>25</td><td>40,3</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+na	15+7	35,5	Em parte	10	16,1	Em gr.	5	8,1	Parte	25	40,3	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na</td><td>11</td><td>17,7</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>14</td><td>22,6</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>9</td><td>14,5</td></tr><tr><td>Parte</td><td>28</td><td>45,2</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N	%	N+na	11	17,7	Em parte	14	22,6	Em gr.	9	14,5	Parte	28	45,2	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na</td><td>38</td><td>61,3</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>12</td><td>19,4</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>1</td><td>1,6</td></tr><tr><td>Parte</td><td>11</td><td>17,7</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+na	38	61,3	Em parte	12	19,4	Em gr.	1	1,6	Parte	11	17,7	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na</td><td>35+2</td><td>59,7</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>10</td><td>16,1</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>3</td><td>4,8</td></tr><tr><td>Parte</td><td>12</td><td>19,4</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+na	35+2	59,7	Em parte	10	16,1	Em gr.	3	4,8	Parte	12	19,4	Sim	62	100
	N.	%																																																																									
N+na	15+7	35,5																																																																									
Em parte	10	16,1																																																																									
Em gr.	5	8,1																																																																									
Parte	25	40,3																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N	%																																																																									
N+na	11	17,7																																																																									
Em parte	14	22,6																																																																									
Em gr.	9	14,5																																																																									
Parte	28	45,2																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+na	38	61,3																																																																									
Em parte	12	19,4																																																																									
Em gr.	1	1,6																																																																									
Parte	11	17,7																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+na	35+2	59,7																																																																									
Em parte	10	16,1																																																																									
Em gr.	3	4,8																																																																									
Parte	12	19,4																																																																									
Sim	62	100																																																																									
30 – Relações com beneficiados	31 – Participação comunitária	32 – Benefícios para o negócio																																																																									
																																																																											
<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+ na</td><td>14+ 26</td><td>64,5</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>7</td><td>11,3</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>2</td><td>3,2</td></tr><tr><td>Parte</td><td>13</td><td>21</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+ na	14+ 26	64,5	Em parte	7	11,3	Em gr.	2	3,2	Parte	13	21	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na</td><td>21+15</td><td>58,1</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>12</td><td>19,4</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>3</td><td>4,8</td></tr><tr><td>Parte</td><td>11</td><td>17,7</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+na	21+15	58,1	Em parte	12	19,4	Em gr.	3	4,8	Parte	11	17,7	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+na+sr</td><td>14+6+1</td><td>33,9</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>17</td><td>27,4</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>7</td><td>11,3</td></tr><tr><td>Parte</td><td>17</td><td>27,4</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+na+sr	14+6+1	33,9	Em parte	17	27,4	Em gr.	7	11,3	Parte	17	27,4	Sim	62	100																			
	N.	%																																																																									
N+ na	14+ 26	64,5																																																																									
Em parte	7	11,3																																																																									
Em gr.	2	3,2																																																																									
Parte	13	21																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+na	21+15	58,1																																																																									
Em parte	12	19,4																																																																									
Em gr.	3	4,8																																																																									
Parte	11	17,7																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+na+sr	14+6+1	33,9																																																																									
Em parte	17	27,4																																																																									
Em gr.	7	11,3																																																																									
Parte	17	27,4																																																																									
Sim	62	100																																																																									

na – não aplicável ; sr – sem resposta (dados primários)

Figura 9: Governo e Sociedade

33 –Participação e influência social	34 – Envolvimento em campanhas políticas	35– Participação e acomp. Administração pública	36 – Melhoria Espaços Públicos																																																																								
																																																																											
<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>Não</td><td>12</td><td>19,4</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>11</td><td>17,7</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>3</td><td>4,8</td></tr><tr><td>Parte</td><td>36</td><td>58,1</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	Não	12	19,4	Em parte	11	17,7	Em gr.	3	4,8	Parte	36	58,1	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+ na</td><td>13+27</td><td>64,5</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>3</td><td>9,7</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>1</td><td>1,8</td></tr><tr><td>Parte</td><td>18</td><td>29</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+ na	13+27	64,5	Em parte	3	9,7	Em gr.	1	1,8	Parte	18	29	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+ na</td><td>42+5</td><td>75,8</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>6</td><td>9,7</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Parte</td><td>9</td><td>14,5</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+ na	42+5	75,8	Em parte	6	9,7	Em gr.			Parte	9	14,5	Sim	62	100	<table><tr><td></td><td>N.</td><td>%</td></tr><tr><td>N+ na</td><td>23+7</td><td>48,4</td></tr><tr><td>Em parte</td><td>1162</td><td>17,7</td></tr><tr><td>Em gr.</td><td>2</td><td>3,3</td></tr><tr><td>Parte</td><td>19</td><td>30,6</td></tr><tr><td>Sim</td><td>62</td><td>100</td></tr></table>		N.	%	N+ na	23+7	48,4	Em parte	1162	17,7	Em gr.	2	3,3	Parte	19	30,6	Sim	62	100
	N.	%																																																																									
Não	12	19,4																																																																									
Em parte	11	17,7																																																																									
Em gr.	3	4,8																																																																									
Parte	36	58,1																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+ na	13+27	64,5																																																																									
Em parte	3	9,7																																																																									
Em gr.	1	1,8																																																																									
Parte	18	29																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+ na	42+5	75,8																																																																									
Em parte	6	9,7																																																																									
Em gr.																																																																											
Parte	9	14,5																																																																									
Sim	62	100																																																																									
	N.	%																																																																									
N+ na	23+7	48,4																																																																									
Em parte	1162	17,7																																																																									
Em gr.	2	3,3																																																																									
Parte	19	30,6																																																																									
Sim	62	100																																																																									

na – não aplicável ; sr – sem resposta (dados primários)

Anexo 3 – Respostas ao inquérito Indicadores Ethos-Sebrae 2007

Ficha de Identificação									Respostas Iniciais								
Cód	CAE	CodPost	2006		2007		2008		Respostas Iniciais								
			N trab	VolNeg	N trab	VolNeg	N trab	VolNeg	Ri 1	Ri 2	Ri 3	Ri 4	Ri 5	Ri 6	Ri 7	Ri 8	Ri 9
1	46732	8700224	5		5		5		a	b	b	b	c	b	b	b	b
2	50500.0	2300000	5	6487.0	5	1849014.0	6	2150283.0	c	c	c	c	c	c	c	b	a
3		7002501					10		b	b	b	c	b	c	c	b	b
4		7005296	1	66384.0	1	70689.0	1	80892.0	b	c	c	e	b	b	c	e	e
5	25992.0	7000703	2	42000.0	2	40000.0	2	38000.0	a	c	c	c	c	c	c	c	b
6		7002506	8	1126999.0	8	1046086.0	8	1060992.0	b	b	b	c	c	b	b	b	a
7		7000537	3	470000.0	3	495000.0	3	522000.0									
8		7000684			1	5000.0	1	7500.0									
9	47591.0	7005012	15	1200000.0	16	1006000.0	14	914000.0	a	c	a	c	c	c	c	c	a
10	68200.0	7001900	3	73500.0	3	73000.0	3	74500.0									
11	47592.0	7001900	2	17500.0	2	24800.0	2	19200.0									
12	22000.0	7040401	2	19500.0	2	20000.0	2	20500.0									
13	47620.0	7001900	7	720000.0	7	722000.0	7	720000.0									
14	22221.0	7000654	25	1040413.0	25	1080565.0	25	1044655.0	c	c	c	b	c	c	c	c	b
15																	
16	46750.0		11	1395604.0	12	1553546.0	13	1572326.0									
17	25734.0	2765000	39	1.84E7	39	1.85E7	40	1.45E7	a	c	b	b	c	b	b	b	b
18	58130.0	7000567	6	982288.0	7	1055508.0	6	1182006.0									
19	52421.0	7000919	3		2		2										
20		7000000															
21		7002501	15	2258289.0	18	3451099.0	20	2871005.0	c	c	c	b	c	c	c	b	b
22									c	c	c	c	c	b	c	b	b
23																	
24			5		5		5										
25			5		5		5										
26			5		5		5		c	c	c	c	c	b	c	a	a
27	46630.0	2476901	42	7123825.0	45	8087620.0	50	6388534.0	a	b	c	c	c	c	c	b	a
28	46311.0	7100147		50000.0		800000.0		900000.0	b	b	c	b	c	b	c	c	b
29	30212.0	7441999	76	4430880.0	88	4610655.0	121	7546870.0	c	c	c	c	c	c	c	c	a
30	36636.0	7104909	12	750000.0	10	600000.0	4	35000.0	c	b	c	b	c	c	b	b	b

Ficha de Identificação									Respostas Iniciais								
Cód	CAE	CodPost	2006		2007		2008		Respostas Iniciais								
			N trab	VolNeg	N trab	VolNeg	N trab	VolNeg	Ri 1	Ri 2	Ri 3	Ri 4	Ri 5	Ri 6	Ri 7	Ri 8	Ri 9
31		7000860	7	480000.0	6	400000.0	5	425000.0	a	c	c	a	c	c	c	c	c
32	52463.0	7002503	2	103945.0	1	86577.0	1	88833.0	c	c	c	b	c	c	b	b	b
33		7000785	7		6		5		c	c	c	c	c	c	c	b	a
34	47781.0	3030384	5	279358.0	6	318555.0	7	369813.0	c	c	c	c	c	c	c	c	
35		7005300							c	b	c	c	c	c	c	c	c
36	51200.0	7000000	8	450000.0	8	450000.0	8	450000.0	a	c	b	b	c	c	c	c	b
37		7500180	3	30000.0	3	26880.0	3	25905.0	b	b	c	c	c	c	c	c	b
38		7080063					8	168000.0	c	c	c	c	c	c	b	c	b
39	93130.0	70000510					3		b	c	c	c	c	b	b	c	b
40	69200.0	8135148	16	690000.0	17	730000.0	17	800000.0	c	c	c	b	c	c	c	b	b
41	46214.0	7050335	51		52	3975065.0	53	4819013.0	c	b	c	c	c	b	c	b	a
42	41200.0	7040531					4	22000.0	b	a	b	b	c	b	b	b	b
43	88990.0	7001901	90	9546050.0	92	9164003.0	92	115368310	c	c	c	a	c	c	c	b	c
44	45200.0	7300431	10	302847.0	10	347336.0	11	303115.0	c	c	c	b	c	c	c	c	a
45	46732.0	7005801	6	1154600.0	8	1723000.0	10		b	c	a	c	c	c	b	b	a
46	52441.0	7002505	13	245000.0	10	210000.0	9	190000.0	c	c	b	b	c	b	b	c	b
47	52471.0	1200094	22	1085859.0	21	1004937.0	21	850864.0	c	b	b	b	b	b	c	b	b
48	65111.0	1070102	28	14816431500	29	12943266700	28	327665950	c	c	c	c	b	c	c	c	b
49	93294.0	7002503	5		8		9	385459.0	c	b	a	b	c	b	b	c	a
50	47990.0	7000000	37		36		34	4667953.0	b	c	c	b	c	c	c	b	c
51	18120.0	7160000	47		48		50	5209899.0	b	c	c	a	c	c	c	c	b
52					7	2500.0	7	80000.0	c	c	c	c	c	b	c	a	c
53	23701.0	7160999	27		26		24		c	b	b	a	c	c	b	b	b
54	8111.0	7160999	37	1480000.0	37	1420000.0	37	1500000.0	c	b	b	b	c	c	b	b	b
55	32996.0	7160000	30	1357000.0	30	1400000.0	31	1410000.0	b	c	a	c	b	c	a	b	c
56	45110.0	7300000	32	3558754.0	37	6675730.0	40	7443417.0	c	c	c	b	c	b	c	b	a
57	60240.0	7370025	26	2783870.0	54	3618492.0	50	3794101.0	c	c	c	b	c	c	c	b	c
58		2665314	33	4065501.0	33	4360221.0	39	3571700.0	c	c	c	c	c	c	c	c	b
59		7800328	14		14		15		c	c	b	b	c	b	c	b	a
60		7000888	14	28000.0	16	30000.0	16	30000.0	c	b	a	c	c	c	c	b	b
61																	
62		7000656	8		7		4										

	Valores, Transparência e Governança																						
	Compromissos Éticos										Práticas Antipropina		Páticas Anticorrupção		Balanco Social								Governança Corporativa
Cód	Tgc e 1	Tgc e 11	Tgc e 12	Tgc e 13	Tgc e 14	Tgc e 15	Tgc e 1.6, 5	Tgc e 1.6, 6	Tgc e 1.6, 7	Tgc e 1.6, 8	Tgp a 2	Tgp a 2.1	Tgp a 3	Tgp a 3.1	Tg bs 4	Tg bs 4.1	Tg bs 4.2	Tg bs 4.3	Tg bs 4.4	Tg bs 4.5	Tg bs 4.6	Tgc 5	Tgc 5.1
1	a	e	e	e	e	e					c	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	c	d
2	c	d	e	d	e	e					d	a	d	a	c	d	d	d	a	a	a	d	d
3	a	e	e	e	e	e					d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	d	d
4	a	e	e	e	e	e					a		a		a							d	d
5	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	d
6	a	e	e	e	e	e					b	a	d	a	d	d	d	a	a	a	a	d	d
7	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a							d	d
8	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	d	d	a	a	a	a	d	d
9	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	d
10	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	a	e	e	e	e	d	d
11	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	a	e	e	e	e	d	d
12	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	a	e	e	e	e	d	d
13	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	e	e	e	e	e	d	d
14	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	e	e	e	e	e	e	d	d
15	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	e	e	e	e	e	e	d	d
16	a	e	e	e	e	e					a	a	d	a	a	e	e	e	e	e	e	d	d
17	a	e	e	e	e	e					d	e	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	d
18	d	d	d	a	a	a	2.0	2.0	2.0	2.0	d	d	d	a	d	d	a	e	e	e	e	a	a
19	a	e	e	e	e	e					d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d
20	a	e	e	e	e	e					d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
21	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	d	a					d	d
22	a	e	e	e	e	e					d	d	d	d	d	d	d				d	d	d
23	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	d	d	d	a	a	a	d	d
24	d	d	d	a	d	a					d	a	d	a	b	d	d	d	a	a	a	a	e
25	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	a	e
26	b	d	a	a	a	a					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	a	a
27	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	d
28	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	b	d	d	a	a	a	a	c	d
29	d	d	d	d	a	d					d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	d	d
30	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	d	a	a	a	a	c	d

	Valores, Transparência e Governança																						
	Compromissos Éticos										Práticas Antipropina		Páticas Anticorrupção		Balanço Social								Governan ça Corporati va
Có d	Tgc e 1	Tgc e 11	Tgc e 12	Tgc e 13	Tgc e 14	Tgc e 15	Tgc e 1.6, 5	Tgc e 1.6, 6	Tgc e 1.6, 7	Tgc e 1.6, 8	Tgp a 2	Tgp a 2.1	Tgp a 3	Tgp a 3.1	Tg bs 4	Tg bs 4.1	Tg bs 4.2	Tg bs 4.3	Tg bs 4.4	Tg bs 4.5	Tg bs 4.6	Tgc 5	Tgc 5.1
31	a	e	e	e	e	e					d	d	d	d	b	d	a	e	e	e	e	d	d
32	b	d	d	d	d	a					d	e	d	e	a	d	a	e	e	e	e	d	d
33	b	d	a	a	a	d					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	a
34	c	d	d	a	a	d	1.0	2.0	2.0	2.0	d	a	d	a	a	d	a	e	e	e	e	d	d
35	c	d	d	d	a	a					d	a	d	a	a	d	a	e	e	e	e	c	d
36	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	e	e	e	e	d	e
37	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	a	d	a	a	a	a	d	d
38	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	d	d	a	a	a	b	a
39	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d
40	d	d	a	a	a	d				1.0	d	a	d	d	d	d	a	e	e	e	e	d	d
41	d	d	a	a	a	a					d	a	d	a	a							a	d
42	a	e	e	e	e	e					b	a	d	a	a	e	e	e	e	e	e	d	d
43	c	d	d	d	a	a					d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d
44	b	d	d	a	a	a					d	a	d	a	d	d	a	a	a	a	a	d	d
45	a	e	e	e	e	e					a	a	d	a	d	d	a	a	a	a	a	d	d
46	a	e	e	e	e	e					a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
47	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d
48	d	d	d	d	d	a					d	d	d	d	b	d	a	a	a	a	a	d	d
49	b	d	d	a	a	d	2.0	2.0	2.0	2.0	c	a	c	a	a	a	a	a	a	a	a	c	d
50	b	d	d	d	a	a					b	a	c	a	a	d	a	a	a	a	a	d	d
51	c	d	d	d	d	d					d	a	d	a	a	d	a	e	e	e	e	d	d
52	b	d	d	d	a	a	1.0	1.0	1.0	1.0	d	a	d	a	d	d	a	a	a	a	a	d	d
53	a	e	e	e	e	e					a	a	a	a	d	d	d	d	a	a	a	d	d
54	a	e	e	e	e	e					d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d
55	a	e	e	e	e	e					b	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d
56	b	d	a	a	a	a	1.0	1.0	1.0	1.0	d	d	d	d	a	d	a	a	a	a	a	d	d
57	c	d	d	d	a	d	3.0	3.0	3.0	3.0	d	a	d	a	c	a	a	a	a	a	a	d	d
58	b	d	a	a	a	d	4.0				a	a	b	a	a							d	d
59	d	d	a	a	a	a	0.0	0.0	0.0	0.0	d	a	d	a	d	d	a	e	e	e	e	d	d
60	b	d	d	d	d	a	1.0	1.0	1.0	1.0	d	a	d	a	c	d	d	d	d	d	d	d	d
61	b	d	a	a	a	a	1.0	1.0	2.0	2.0	d	a	d	a	a	a	a					d	d
62	a	e	e	e	e	e					d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d

Anexo 3 – Respostas ao inquérito Indicadores Ethos-Sebrae 2007

Empresa	Público Interno																																															
	Cuidados Saúde, Segurança							Benefícios Adicionais							Critérios de		Valorização da Diversidade																															
Cód	Pi cs 6	Pi cs 6.1	Pi cs 6.2	Pi cs 6.3	Pi cs 6.4	Pi cs 6.5	Pi cs 6.6	Pib a 7	Pib a 7.1	Pib a 7.2	Pib a 7.3	Pib a 7.4	Pib a 7.5	Pib a 7.6	Pib a 7.7	Pib a 7.8	Pi cc 8	Pi cc 8.1	Piv d 9	Piv d 9.1	Piv d 9.2	Piv d 9.3	Piv d 9.4	Piv d 9.5 ,5	Piv d 9.5 ,6	Piv d 9.5 ,7	Piv d 9.5 ,8	Piv d 9.6 ,5	Piv d 9.6 ,6	Piv d 9.6 ,7	Piv d 9.6 ,8	Piv d 9.7 ,5	Piv d 9.7 ,6	Piv d 9.7 ,7	Piv d 9.7 ,8	Piv d 9.8 ,5	Piv d 9.8 ,6	Piv d 9.8 ,7	Piv d 9.8 ,8	Piv d 9.9 ,5	Piv d 9.9 ,6	Piv d 9.9 ,7	Piv d 9.9 ,8					
1	d	a	a	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	c	d	c	a	a	a	d	14	14	14		86	86	86																	
2	d	d	e	d	d	d	d	c	e	e	e	e	e	e	e	d	d	d	d	d	a	a	a	d	50	60	60		50	40	40																	
3	d	d	d	e	d	e	e	d	a	a	d	a	a	a	a	d	d	d	d	d	a	a	a																									
4	d	d	d	a	d	e	e	d	d	e	e	e	e	e	e	e	e	a		e																												
5	d	d	d	d	d	d	d	b	a	a	d	d	a	a	a	a	d	d	d	b	a	a	a	a	50	50	50		50	50	50																	
6	d	d	d	a	d	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	a	a	e	25	25	25		75	75	75																	
7	d	d	a	d	d	d	d	a										d	d	d	a	a	a	d	67	67	67		33	33	33																	
8	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	d	a	a	a	a																									
9	d	d	d	d	d	d	d	b	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	d	d	a	d	40	40	40		60	60	60																		
10	d	d	d	d	d	a	d	d	a	a	d	d	d	d	a	d	a	d	d	a	e	e	d	100	100	100		0	0	0																		
11	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	a	d	a	d	d	a	e	e	d	100	100	100		0	0	0																		
12	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	a	d	a	d	d	a	e	e	d	100	100	100		0	0	0																		
13	d	d	d	d	d	a	d	d	a	a	d	d	d	d	a	d	a	d	d	a	e	e	d	100	100	100		0	0	0																		
14	d	d	a	a	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	d	d	a	a	a	d																								
15	d	d	d	d	d	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	d	d	100	100	100		0	0	0																	
16	d							d										a		d																												
17	d	d	a	a	d	a	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	e	e	a	a	24	24	24		76	76	76																	
18	d	d	d	d	d	d	d	c	a	a	d	d	a	a	a	d	d	d	d	a	d	d	d	35	35	35		65	65	65																		
19	d	d	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	a	a	a	a	100	100	100																					
20	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d	d																												
21	c	d	e	d	d	d	d	b	a	a	a	a	a	a	a	d	a	d	d	d	a																											
22	d	d	d	d	d	d	d	b	a	a	d	a	a	a	a	a	a	d	d	d	d	a	a	d	71	70	70		29	30	30																	
23	d	d	a	d	d	d	d	d	d	a	d	d	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	d	0	26	21		0	74	79																	
24	d	d	d	a	d	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	d	100	100	100		0	0	0																	
25	b							a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	a	a	a	a	5	5	5		95	95	95																	
26	b	d	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	e	e	a	a	a	a	70	80	80		30	20	20																	
27	c	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	c	d	d	d	d	a	d	10	10	12		90	90	88																	
28	d	d	a	d	d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	e	d	d	e	e	d	0	0	0		100	100	100																	
29	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	a	d	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	24	19	20		76	81	80																	
30	c	d	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d	d	d	d	a	d	0	0	0		100	100	100																	

Empresa	Público Interno																																
	Inclusão Pessoas c/ Deficiência		Relações c/ Sindicato s		Compromisso c/ o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade																									Acesso à Informação			
Có d	Piip d 10	Piip d 10.1	Pir s 11	Pirs 11. 1	Picd p 12	Picd p 12.1	Picd p 12.2	Picd p 12.3	Picd p 12.4	Picdp 12.5, 5	Picdp 12.5, 6	Picdp 12.5, 7	Picdp 12.5, 8	Picdp 12.6, 5	Picdp 12.6, 6	Picdp 12.6, 7	Picdp 12.6, 8	Picdp 12.7, 5	Picdp 12.7, 6	Picdp 12.7, 7	Picdp 12.7, 8	Picdp 12.8, 5	Picdp 12.8, 6	Picdp 12.8, 7	Picdp 12.8, 8	Picdp 12.9, 5	Picdp 12.9, 6	Picdp 12.9, 7	Picdp 12.9, 8	Pia i 13	Piai 13. 1	Piai 13. 2	
1	a	a	e	a	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		71	71	71		29	29	29							c	a	a
2	b	d	c	d	c	d	d	d	d														75	80	80		25	20	20		d	e	e
3	a	e	e	d	d	d	d	d	d																					d	d	a	
4	a		e		d	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		100	100	100		0	0	0		d	a	e	
5	a	d	d	d	d	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		100	100	100		0	0	0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		b	a	d	
6	b	d	d	a	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		88	88	88		0.0	0.0	0.0		12	12	12		d	d	d	
7	a	a	d	d	d	d	d	e	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		33	33	33		33	33	33		33	33	33		d	d	a	
8	a	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		0.0	100	100		0	0	0		d	d	d	
9	b	d	d	a	c	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		40	40	40		40	40	40		20	20	20		d	a	d	
10	a	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		50	50	50						50	50	50		d	d	d	
11	a	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		80	80	80		20	20	20		d	d	d	
12	a	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		80	80	80		20	20	20		d	d	d	
13	a	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0	0	0		80	80	80		20	20	20		d	d	d	
14	a	e	d	a	b	a	d	a	d																					a	a	a	
15	a	d	e	e	d	e	e	e	e																					d	d	d	
16	a		d		d																									d			
17	a	a	e	e	d	d	d	a	d	0.0	0.0	0.0		6	6	5		27	27	27		60	60	60		7	7	8		a	a	a	
18	e	a	d	d	d	d	d	a	d	0.0	0.0	0.0		40	40	40		40	40	40		20	20	20		0.0	0.0	0.0		d	d	d	
19	e	a	d	a	d	e	e	e	d	0.0	0.0	0.0																		d	a	a	
20	a	d	a	a	d	a	a	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		100	100	100										d	d	a	
21	a	d	d	d	d	d	d	a	a	0.0	0.0	0.0		7	6	5		60	61	60		7	11	10		26	22	25		b	a	d	
22	b	a	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		9	9	9		0.0	0.0	0.0		41	42	42		50	48	48		d	d	a	
23	a	a	d	d	d	d	d	d	d	0.0	4.0	4.0		0.0	81	79		0.0	11	13		0.0	4	4		0.0	0.0	0.0		d	d	a	
24	a	a	b	d	a	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		6	6	6		0.0	0.0	0.0		94	88	88		0.0	6	6		b	d	a	
25	a	a	b	d	a	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		100	100	100		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		a	a	a	
26	a	d	b	d	b	d	d	a	d	0.0	0.0	0.0		10.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		90	100	100		0.0	0.0	0.0		b	d	a	
27	a	a	a	a	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		1.0	1.0	1.0		44	44	39		54	54	59		1	1	1		d	d	a	
28	a	d	e	e	d	d	a	a	d																					d	d	e	
29	b	a	d	d	d	d	d	d	a			0.0				18								73			9		a	a	a		
30	a	a	b	a	b	d	a	a	d	0.0	0.0	0.0		17	20	50		75	70	50		8	10	0.0		0.0	0.0	0.0		b	a	a	

Empresa	Público Interno																															
	Inclusão Pessoas c/ Deficiência		Relações c/ Sindicato s		Compromisso c/ o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade																								Acesso à Informação			
Có d	Piip d 10	Piip d 10.1	Pir s 11	Pirs 11. 1	Picdp p 12	Picdp p 12.1	Picdp p 12.2	Picdp p 12.3	Picdp p 12.4	Picdp 12.5, 5	Picdp 12.5, 6	Picdp 12.5, 7	Picdp 12.5, 8	Picdp 12.6, 5	Picdp 12.6, 6	Picdp 12.6, 7	Picdp 12.6, 8	Picdp 12.7, 5	Picdp 12.7, 6	Picdp 12.7, 7	Picdp 12.7, 8	Picdp 12.8, 5	Picdp 12.8, 6	Picdp 12.8, 7	Picdp 12.8, 8	Picdp 12.9, 5	Picdp 12.9, 6	Picdp 12.9, 7	Picdp 12.9, 8	Pia i 13	Piai 13. 1	Piai 13. 2
31	a	a	d	a	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		50	50	50		50	50	50		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		d	d	a
32	a	e	d	d	d	e	e	e	d																					d	e	d
33	d	d	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		100	100	100		0.0	0.0	0.0		d	d	d
34	a	d	d	d	c	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		80	66	66		0.0	20	17		20	20	17		c	d	d
35	b	d	d	a	d	d	d	d	d																					d	d	a
36	a	a	c	a	b	a	d	d	d	0.0	0.0	0.0		13	13	13		74	74	74		13	13	13		0.0	0.0	0.0		b	a	a
37	b	a	a	a	c	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		100	100	100		0.0	0.0	0.0		a	a	a
38	d	d	a	a	c	d	d	d	d																					d	a	d
39	b	a	d	d	d	d	d	a	d																					d	d	a
40	a	a	d	d	d	d	d	a	d	0.0	0.0	0.0		6	6	6		65	65	65		0.0	0.0	0.0		29	29	35		d	d	d
41	b	d	d	d	d	d	d	d	d					16	15	15		12	12	11		67	65	66		5	8	8		d	d	a
42	a	e	d	d	d	d	a	a	d																					d	a	a
43	b	d	d	d	c	d	d	d	a		7.0	3.0			23	23		4.0	4.0			4.0	4.0			9.0	9.0			d	d	d
44	b	d	b	d	d	d	d	d	d																					c	d	a
45	a	a	a	a	d	a	a	a	a	0.0	0.0	0.0		60	48	48														d	a	d
46	a	a	e		c	a	a	a	a					20	20	20		80	80	80		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		b	d	a
47	a	a	d	d	d	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		50	50	50		50	50	50		0.0	0.0	0.0		d	a	a
48	a	a	d	d	d	d	d	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		4	4	4		56	46	46		40	50	50		d	d	a
49	c		a	a	c	d	d	a	d																					b	d	d
50	d	d	c	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		20.0	20.0	20.0		35.0	35.0	35.0		30	30	30		15	15	15		c	d	d
51	b	d	c	d	d	d	d	a	d																					a	a	a
52	a	a	d	a	d	a	d	a	d																					d	d	d
53	a	a	a	a	d	d	d	a	d																					d	d	a
54	a	a	d	d	c	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		49	49	49		27	27	27		19	19	19		5	5	5		b	d	a
55	a	a	a	a	c	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		33	33	32		40	40	42		16	16	16		11	11	10		b	d	a
56	a	d	d	a	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.1	0.2		57	64	56		33	23	32		10	13	12		d	d	a
57	d	d	d	d	d	d	d	d	d																					c	d	a
58	a	a	a	d	d	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0		80	81	82		10	10	10		5	5	5		5	5	5		d	d	d
59	a	a	d	d	d	d	d	d	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.1	0.2		0	0	0		79	79	79		21	21	21		d	d	d
60	b	d	d	d	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		60	61	62		20	20	20		10	10	10		10	10	10		d	d	d
61	a	d	d	d	d	a	d	a	d	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0		90	80	70		10	20	30		d	d	a
62	a	a	d	a	a	a	a	a	d	0.0	0.0	0.0	0.0				25				75			0.0					a	a	a	

Empresa	Meio Ambiente																	
	Gestão Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços				Comprometimento da Empresa c/ a Melhoria da Qualidade Ambiental								Educação e Conscientização Ambiental					
Cód	Magi 14	Magi 14.1	Magi 14.2	Magi 14.3	Maca 15	Maca 15.1	Maca 15.2	Maca 15.3	Maca 15.4	Maca 15.5	Maca 15.6	Maeca 16	Maeca 16.1	Maeca 16.2	Maeca 16.3	Maeca 16.4	Maeca 16.5	Maeca 16.6
1	b	d	a	d	c	a	d	d	a	d	d	c	a	a	a	a	a	d
2	d	d	d	d								c	d	d	d	a	a	a
3	a											c	d	d	a	d	e	a
4	a				b	e	d	e	e	e	d	a	a	a	a	a	a	a
5	b	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	d	e	a
6	a	e	e	e	b	a	d	d	e	d	e	d	d	d	e	a	a	d
7	c	d	d	d								a	a	a	a	a	a	
8	a	d	a	a								d	d	d	d	d	a	d
9	b	d	a	d	c	a	d	d	d	d	a	b	a	a	a	a	a	d
10	d	d	d	d								d	d	d	d	d	d	d
11	d	d	d	d								a	a	a	a	a	a	a
12	d	d	d	d								a	a	a	a	a	a	a
13	d	d	d	d								a	a	a	a	a	a	a
14	b	e	d	e								a	a	d	a	a	a	e
15	d	d	e	e								d	d	d	d	d	e	d
16	a				c							a	a	a	a	a	a	a
17	a	a	a	a	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
18	d	d	d	d								d	d	a	d	a	a	d
19	a	a	a	a								a	a	a	a	a	a	a
20	a	a	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	d	a	d
21	b	d	d	d	c	d	d	d	a	a	d	b	d	d	d	a	a	a
22	c	d	d	d	c	d	d	d	d	a	d	b	a	d	a	d	d	a
23	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a
24	a	e	e	e	b	d	d	d	a	a	d	b	d	d	a	a	a	d
25	a	d	a	a	b	a	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
26	a	d	a	e	b	d	d	d	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a
27	b	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	b	a	a	a	a	a	a
28	b	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d
29	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d
30	a	a	d	a	b	a	d	a	a	a	d	a	a	a	a	d	a	a

Empresa	Meio Ambiente																	
	Gestão Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços				Comprometimento da Empresa c/ a Melhoria da Qualidade Ambiental								Educação e Conscientização Ambiental					
Cód	Magi 14	Magi 14.1	Magi 14.2	Magi 14.3	Maca 15	Maca 15.1	Maca 15.2	Maca 15.3	Maca 15.4	Maca 15.5	Maca 15.6	Maeca 16	Maeca 16.1	Maeca 16.2	Maeca 16.3	Maeca 16.4	Maeca 16.5	Maeca 16.6
31	a	d	a	a	b	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	d	a	d
32	d	d	d	d	d	d	d	d	e	d	e	d	d	d	a	d	a	d
33	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
34	d	d	a	d	d	d	d	d	a	a	d	c	a	d	d	a	a	d
35	a	d	a	a	b	d	d	d	e	e	e	b	d	d	d	a	a	a
36	d	d	d	d	c	d	d	d	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a
37	c	d	a	a	d	d	d	d	d	a	d	c	d	d	a	a	a	a
38	b	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	a	a	a
39	a	a	a	a	d	a	d	d	d	a	d	d	d	a	d	a	a	a
40	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d
41	d	a	d	a	d	d	d	a	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a
42	b	d	a	d	b	a	d	d	d	a	d	a						
43	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	d	d	d
44	b	d	d	d	c	d	d	d	d	a	d	b	d	d	d	a	a	a
45	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
46	b	d	a	d	b	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
47	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
48	a	a	a	a	b	a	d	d	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a
49	c	d	a	d	c	d	a	d	a	a	d	b	a	d	d	a	a	d
50	c	d	d	d	b	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
51	d	d	d	a	d	d	a	a	a	d	d	b	d	d	d	a	a	d
52	a	a	a	a								a	a	a	a	d	a	a
53	d	d	d	d	d	a	d	d	d	a	d	a	a	a	a	a	a	a
54	b	d	a	d	c	d	d	d	a	d	d	b	d	d	d	a	a	d
55	b	d	a	d	c	a	d	d	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a
56	c	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	a	a
57	b	d	d	d	c	d	d	d	d	d	d	b	a	a	d	d	a	d
58	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	a	d	d	d	a	a
59	d	d	a	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
60	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	a	a	a
61	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	c	d	d	d	d	a	a
62	b	d	a	d								b	a	d	a	a	a	a

	Fornecedores																						
	Critérios de Selecção e Avaliação de Fornecedores														Empregados dos Fornecedores				Responsabilidade e Social Fornecedores			Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	
Cód	Focs a 17	Focs a 17.1	Focs a 17.2	Focs a 17.3	Focs a 17.4	Focs a 17.5	Focs a 17.6	Focs a 17.7	Focs a 17.8	Focs a 17.9	Focs a 17.10	Focs a 17.11	Focs a 17.12	Focs a 17.13	Foe f 18	Foe f 18.1	Foe f 18.2	Foe f 18.3	Fors f 19	Fors f 19.1	Fors f 19.2	Foadf 20	Foadf 20.1
1	b	a	a	a	a	a	a	a	d	d	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	b	a
2	c	a	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	c	a	d	c	d
3	a	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	a	e	e	e	a	e	e	a	e
4	a														a				a			a	a
5	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	e	e
6	d	d	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	e	e	e	a	a	b	d
7	a														a				a	a	a	a	a
8	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
9	b	a	a	a	d	d	a	a	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	b	d
10	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	a	a	a	d	a	a	a	d
11	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	a	a	d	a	a	a	d	a	a	a	d
12	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	a	a	a	d	a	a	a	d
13	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	a	a	a	d	a	a	a	d
14	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	d	d	b	a	a	a	a	a	a	a	a
15	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
16	a														a				a			a	
17	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
18	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	d	a	a	a	d	d	a	a	d	a	a	e	d
19	a														a	a	a	a	a	a	a	a	a
20	d	a	a	a	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	c	a	a	d	c	a	a	a	a
21	b	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	e	e
22	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
23	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	c	d
24	a	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
25	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
26	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a	a
27	b	a	a	a	d	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	b	a	a	d	d
28	b	a	a	a	d	d	d	d	d	a	d	a	d	a	c	a	d	d	c	a	d	d	d
29	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	c	a	a	d	d
30	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	b	a

	Fornecedores																						
	Critérios de Selecção e Avaliação de Fornecedores														Empregados dos Fornecedores				Responsabilidade e Social Fornecedores			Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	
Cód	Focs a 17	Focs a 17.1	Focs a 17.2	Focs a 17.3	Focs a 17.4	Focs a 17.5	Focs a 17.6	Focs a 17.7	Focs a 17.8	Focs a 17.9	Focs a 17.10	Focs a 17.11	Focs a 17.12	Focs a 17.13	Foe f 18	Foe f 18.1	Foe f 18.2	Foe f 18.3	Fors f 19	Fors f 19.1	Fors f 19.2	Foadf 20	Foadf 20.1
31	a	a	a	a	d	a	d	d	d	d	a	d	d	a	d	a	a	d	a	a	a	a	a
32	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	d	d	b	a	a	a	a	a	a	b	a
33	b	d	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	a	a	d	d	d	d	d	d
34	b	a	a	a	a	a	d	a	a	a	d	d	d	d	b	a	a	a	b	a	a	b	d
35	c	a	a	a	d	a	d	d	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	b	a	d	d	d
36	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
37	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
38	c	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
39	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
40	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
41	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	e	
42	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d
43	c	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	d	a	a	d	d
44	e														a	a	a	a	a	a	a	b	a
45	d	e	e	e	d	d	d	d	d	e	d	d	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a
46	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
47	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
48	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
49	a	a	a	a	a	a	d	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	b	a	a	b	d
50	c	a	a	a	d	a	d	d	a	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	c	d
51	b	a	a	a	d	d	a	a	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
52	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
53	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
54	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
55	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
56	a	a	a	a	d	a	a	a	a	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	b	d
57	c	a	a	a	d	d	d	d	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	c	a	a	a	a
58	a	a	a	a	a	a	a	d	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	b	d
59	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
60	d	a	a	a	d	d	a	d	d	a	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	b	a
61	b	a	a	a	d	a	d	a	a	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	d	a
62	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a

Empresa	Consumidores e Clientes																		
	Excelência do Atendimento		Dúvidas, Sugestões e Reclamações					Satisfação dos Consumidores / Clientes			Política de Comunicação Comercial			Conhecimento Gestão dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços					
	Ccea 21	Ccea 21.1	Ccds r 22	Ccds r 22.1	Ccds r 22.2	Ccds r 22.3	Ccds r 22.4	Ccsc 23	Ccsc 23.1	Ccsc 23.2	Ccpc c 24	Ccpc c 24.1	Ccpc c 24.2	Cccg d 25	Cccg d 25.1	Cccg d 25.2	Cccg d 25.3	Cccg d 25.4	Cccg d 25.5
1	a	d	b	a	d	d	a	a	e	e	a	d	a	b	a	d	e	e	d
2	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	e
3	d	d	d	a	d	d	d	b	a	a	d	d	e	e					
4	a		a					b	d	d	d			a					
5	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	e	e	e	e	e	a
6	d	d	d	a	d	d	d	d	e	e	d	d	e	c	e	d	e	e	a
7	d	e	c	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a					
8	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	a	a	d	a	a	d	d	d	d
9	a	a	b	a	d	d	d	b	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a	d
10	d	a	d	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
11	d	a	d	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
12	d	a	b	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
13	d	a	d	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
14	b	d	b	a	d	d	a	a	e	e	d	d	d	a	a	a	d	a	e
15	b	a	d	a	d	d	d	a	e	e	e	e	e	d	a	d	e	e	e
16	a		a					c			a			b					
17	d	d	d	d	d	d	d	a	e	e	a	a	a	e	e	e	e	e	e
18	d	d	d	a	d	d	a	d	d	a	a	a	d	e	a	a	a	a	a
19	a	a	d	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	d	a	d	a
20	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
21	d	d	d	e	e	e	e	b	d	d	d	a	d	b	d	d	e	e	d
22	d	d	d	d	d	d		d	d	d	d	d	d	e	e	e	e	e	e
23	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d
24	b	d	d	d	d	d	d	c	d	e	e	e	e	a	a	a	a	a	a
25	a	a	b	a	d	a	d	b	d	a	e	e	a	a	a	a	a	a	a
26	d	d	c	d	d	d	d	c	d	d	c	d	d	a	a	a	a	e	e
27	a	a	b	a	d	d	a	c	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d
28	d	d	c	a	d	d	d	c	d	d	d	d	d	c	d	d	e	e	d
29	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	b	e	d	d	d	a
30	b	d	b	a	d	d	a	b	d	d	d	a	a	b	a	d	a	d	d

Empresa	Consumidores e Clientes																		
	Excelência do Atendimento		Dúvidas, Sugestões e Reclamações					Satisfação dos Consumidores / Clientes			Política de Comunicação Comercial			Conhecimento Gestão dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços					
Cód	Ccea 21	Ccea 21.1	Ccds r 22	Ccds r 22.1	Ccds r 22.2	Ccds r 22.3	Ccds r 22.4	Ccsc 23	Ccsc 23.1	Ccsc 23.2	Ccpc c 24	Ccpc c 24.1	Ccpc c 24.2	Cccg d 25	Cccg d 25.1	Cccg d 25.2	Cccg d 25.3	Cccg d 25.4	Cccg d 25.5
31	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	d	a	d
32	b	a	d	a	d	d	a	b	e	d	d	a	d	a	e	d	d	d	e
33	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
34	c	d	d	d	d	d	a	d	d	d	a	a	d	c	d	d	d	a	d
35	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	e					
36	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	d	d	d	d	d	a	a	d
37	a	a	a	a	a	a	a	b	d	d	d	e	e	e					
38	b	e	c	a	d	d	d	c	d	e	d	d	d	a	e	d	d	d	d
39	d	d	d	a	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	e	d	e	d	d
40	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a			e					
41	d	d	d	a	d	d	d	a			a	d	d	d	d	d	d	e	d
42	a	e		a	d	d	d	b	d	d	a	e	e	a					
43	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d
44	e		d	d	d	d	d	a			e			b		d	e	e	e
45	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	a			a					
46	b	d	b	a	a	a	a	c	d	d	a			a					
47	d	d	d	a	a	d	a	a			d	a	a	a					
48	d	d	d	a	d	d	d	c	d	d	c	d	a	a					
49	c	d	b	a	d	d	a	b	d	d	d	d	d	c	d	d	d	d	d
50	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	c	d	a	d	d	d
51	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	a	a
52	a	d	d	a	d	d	a	d	d	a	d	a	a	a	a	a	a	a	d
53	a	e	e					a	e	e	e			a	e	e	e	e	e
54	a		b	a	d	d	d	c	d	d	a			a					
55	a	a	b	a	d	d	d	a	e	e	a			a					
56	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	e	d	d	e	d
57	b	d	d	d	d	d	d	a			a	a	a	b	e	d	e	e	d
58	b	d	d	d	d	d	d	b	d	d	a	a	d	b	a	d	a	a	d
59	a	a	d	a	d	d	a	a	e	e	e	e	e	d	e	d	e	e	d
60	d	d	c	a	d	d	d	c	d	d	a	a	d	d	e	d	a	d	a
61	d	d	d	a	d	d	d	b	d	d	a	a	d	a					d
62	a	a	d	a	d	d	d	a			a			a					

Em pre sa	Comunidade																													
	Gestão do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno							Relações c/ a Comunidade de Entorno				Estímulo ao Trabalho Voluntário			Envolvimento da Empresa c/ a Acção Social				Relaçõe s c/ Entidad es Benefici adas		Particip ação Comuni tária		Benefícios para o Negócio							
Cód	Com gi 26	Com gi 26 .1	Com Gi 26 .2	Com Gi 26 .3	Com Gi 26 .4	Com Gi 26 .5	Com Gi 26 .6	Com Rc 27	Com Rc2 7.1	Com Rc2 7.2	Com Rc2 7.3	ComE tv 28	ComE tv 28. 1	ComE tv 28. 2	ComE eas 29	ComE as 29. 1	ComE as 29. 2	ComE as 29. 3	Com Re 30	Com Re 30 .1	Com Pc 31	Com Pc 31 .1	Com Bn 32	Com Bn 32 .1	Com Bn 32 .2	Com Bn 32 .3	Com Bn 32 .4	Com Bn 32 .5	Com Bn 32 .6	
1	c	a	a	d	d	d	d	a	d	a	a	a	e	a	a	e	e	e	e	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	a
2	c	a	a	a	d	d	d	c	d	d	d	b	a	a	a				a		c	e	c	d	d	d	d	d	d	a
3	a							d	d	d	d	a	e	e	d	d	d	a	b	e	b	a	d	a	a	d	a	d	a	a
4	a							a				a			a				e		e		e							
5	d	d	a	e	d	d	d	c	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	a	d	d	e	a	e	e
6	d	d	e	d	a	e	e	a	a	a	d	d	d	a	a	e	e	e	d	d	a	a	b	a	a	d	a	a	a	a
7	a							b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	a	e	b	a	b	d	d	d	d	a	a	a
8	d	d	a	a	d	d	d	a	d	d	a	a	a	a	d	d	d	a	d	d	a	a	d	d	d	a	d	d	a	a
9	b	a	a	a	d	d	d	b	d	d	d	a	a	a	b	a	a	a	b	d	b	d	b	a	a	a	a	a	a	a
10	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
11	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
12	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
13	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	d	d	d	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
14	c	a	a	a	d	d	a	b	d	d	d	a	a	a	b	d	a	d	b	a	a	a	b	a	a	d	a	a	a	a
15	b	a	a	e	e	e	e	a	a	a	a	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e	b	e	a	d	a	a	a	a
16	c							b				a			a				a		b		b							
17	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	e	e	e	a	e	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e
18	d	a	a	a	d	a	d	d	d	d	d	d	a	a	e	a	a	a	d	a	e	d	e	e	e	e	e	e	e	e
19	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e
20	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	c	a	d	a	e	e	e	e		e		e							
21	b	a	a	e	e	e	e	b	d	d	d	d	a	a	b	a	a	a	a		b		b		d	d	e	e	a	a
22	e	e	e	e	e	e	e	d	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	a	e	e	e	e	e	e	e	e
23	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	a	b	d	a	d	a	a	e	a	a	e	e	e	e	e	e	e
24	e	e	e	e	e	e	e	b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	b	d	b	d	a	e	e	e	e	e	e	e
25	b	a	a	a	d	a	a	b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e
26	a	a	a	a	a	a	a	b	d	d	d	a	a	a	b	d	a	a	e	e	e	e	b	e	e	d	e	e	e	e
27	a	a	a	a	a	a	a	c	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	d	a	e	e	e	a	a	a	a	a	a	a
28	b	a	a	a	d	a	a	c	d	d	d	a	a	a	a	a	a	a	b	d	b	a	b	d	d	d	e	e	a	a
29	d	d	d	d	d	d		d	d	d	d	d	d	a	b	d	a	a	d	a	d	d	d	e	d	d	d	e	e	e
30	b	a	a	a	d	a	d	b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	b	a	b	d	d	d	d	a	a	a

Em pre sa	Comunidade																													
	Gestão do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno						Relações c/ a Comunidade de Entorno				Estímulo ao Trabalho Voluntário			Envolvimento da Empresa c/ a Acção Social				Relações c/ Entidades Beneficiadas		Participação Comunitária		Benefícios para o Negócio								
Cód	Com gi 26	Com gi 26 .1	Com Gi 26 .2	Com Gi 26 .3	Com Gi 26 .4	Com Gi 26 .5	Com Gi 26 .6	Com Rc 27	Com Rc2 7.1	Com Rc2 7.2	Com Rc2 7.3	Com E tv 28	Com E tv 28. 1	Com E tv 28. 2	Com E eas 29	Com E as 29. 1	Com E as 29. 2	Com E as 29. 3	Com R e 30	Com R e 30 .1	Com P c 31	Com P c 31 .1	Com B n 32	Com B n 32 .1	Com B n 32 .2	Com B n 32 .3	Com B n 32 .4	Com B n 32 .5	Com B n 32 .6	
31	d	d	a	a	a	a	a	d	d	d	d	b	a	a	b	a	a	a	b	a	b	a	d	d	d	d	d	d	d	d
32	d	a	a	a	d	d	d	d	d	d	d	a	e	e	a	e	e	e	b	e	b	a	b	e	d	d	d	d	d	a
33	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d
34	d	d	a	a	d	d	d	b	d	d	a	b	a	a	c	d	d	d	c	a	c	d	c	d	a	d	a	a	a	a
35	e							d	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	a	e		d	d	d	d	a	a	d	d
36	d	a	a	a	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	a	e	b	d	d	d	d	d	d	a
37	e							b	d	d	a	a	a	a	a	e	e	e	e	a	a	a	a							
38	d	d	a	d	d	a	d	c	d	d	a	a	a	a	a				e		a	a	c	d	d	d	d	d	d	a
39	d	d	a	e	d	e	d	d	d	a	d	d	d	d	a				e		e		d	d	d	d	d	d	e	a
40	e							d	d	d	d	a	a	a	d	a	a	d	d	d	d	d	b	a	a	a	a	a	a	a
41	d	a	a	e	d	d	e	d	d	d	d	a	a	a	e				e		d	d	d	d	d	d	d	d		a
42	b	a	a	a	d	d	d	b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	a	e	d	d	d	d	d	d	a	a
43	d	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
44	b	a	a	a	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a				e		a	a	a	e	e	e	e	e	e	e
45	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	b	a	a	a				d	d	a	a	c	d	d	d	d	d	e	e
46	e							d	d	d	a	a	a	a	a				e		a	a	a							
47	a							a				d	a	a	a				e		a	a	a							
48	a							a				a	a	a	a				e		a	a	a							
49	b	a	a	a	d	d	a	b	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	b	d	b	d	a	d	d	a	a	a
50	a	a	a	a	d	a	a	c	d	d	d	b	d	a	c	d	d	a	c	d	c	d	c	d	d	d	d	d	a	a
51	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	b	d	a	d	a	d	d	d	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e
52	a	a	a	a	a	a	a	a				a	a	a	a	e	e	e	e	a	a	a								
53	d	a	a	d	d	d	d	d	d	d	d	a	a	a	d	d	d	a	e		e		d	d	d	a	d	a	a	
54	a	a	a	a	a	a	a	c	d	d	d	a	a	a	a				e		e		e							
55	c	a	a	a	d	d	a	b	d	d	d	a	a	a	a				e		e		a	a	d	a	d	a	a	
56	d	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a	a	a	a	a	e	e	e	e	e	a	a	d	d	d	d	a	a	a	a
57	a	a	a	a	a	a	a	c	d	d	d	d	d	d	c	d	e	d	d	d	a	a	c	d	d	d	d	e	d	d
58	b	a	a	a	d	d	d	d	d	d	a	a	a	a	b	d	a	d	a	a	a	a	b	a	a	a	d	d	d	d
59	e	e	e	e	e	e	e	c	d	d	a	a	a	a	a	e	e	e	e	e	e	e	b	a	a	d	a	a	a	a
60	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	d	b	a	a	b	d	d	d	a	a	b	d	b	a	d	d	a	a	a	a
61	d	d	d	a	d	a	d	d	d	d	d	d	d	d	b	d	a	d	d	d	d	c	d	a	d	a	a	a	a	a
62	d	a	a	a	d	d	d	a				a	a	a	a				a		a		a							

	Governo e Sociedade										
	Participação e Influência Social		Envolvimento em Campanhas Políticas					Participação Acompanhamento das Adm. Pública		Melhoria Espaços Públicos e Apoio	
Cód	GsPis 33	GsPis 33.1	GsEcp 34	GsEcp 34.1	GsEcp 34.2	GsEcp 34.3	GsEcp 34.4	GsPaap 35	GsPaap 35.1	GsMep 36	GsMep 36.1
1	d	a	d	a	d	d	e	a	a	a	a
2	b	d	e					a		a	
3	d	d	e	a	a	a	a	a	a	a	a
4	d	e	e					a		a	
5	a	e	e	a	d	a	e	a	e	b	d
6	a	e	e	a	d	a	e	a	a	e	a
7	d	d	d	a	a	e	d	a	a	a	a
8	a	a	a	a	a	a	a	d	d	d	a
9	a	a	b	a	d	e	e	a	a	d	a
10	d	d	d	a	d	e	e	d	d	d	d
11	d	d	d	a	d	e	e	d	d	d	d
12	d	d	d	a	d	e	e	d	d	d	d
13	d	d	d	a	d	e	e	d	d	d	d
14	d	d	a	a	a	a	a	a	a	d	a
15	a	e	a	e	e	e	e	e	e	e	e
16	d		a					a		a	
17	d	d	e	e	e	e	e	e	e	e	a
18	d	d	d	d	a	a	a	e	a	d	a
19	a	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a
20	d	d	e	a	a	a	a	a	a	a	a
21	d	d	d	a	e	e	d	d	a	b	e
22	d	d	e	a	a	a	a	d	d	d	a
23	d	d	d	a	a	a	a	b	d	c	a
24	a	a	e	e	e	e	e	a	a	e	a
25	a	a	e	e	e	e	e	a	a	e	e
26	a	a	d	a	a	d	a	a	a	e	d
27	c	d	e	a	a	a	a	a	a	d	a
28	b	d	b	a	a	d	a	b	d	a	a
29	d	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a
30	b	d	c	a	a	e	e	a	a	b	a

Cód	Governo e Sociedade										
	Participação e Influência Social		Envolvimento em Campanhas Políticas					Participação Acompanhamento das Adm. Pública		Melhoria Espaços Públicos e Apoio	
	GsPis 33	GsPis 33.1	GsEcp 34	GsEcp 34.1	GsEcp 34.2	GsEcp 34.3	GsEcp 34.4	GsPaap 35	GsPaap 35.1	GsMep 36	GsMep 36.1
31	d	d	d	a	d	d	d	b	d	b	a
32	b	d	d	a	d	e	e	a	e	a	e
33	d	d	d	a	d	d	e	b	e	d	d
34	d	d	a	a	a	a	a	b	a	b	d
35	d	d	d	a	d	d	e	b	a	b	a
36	a	a	d	a	a	e	a	a	e	b	e
37	d	d	e					a		a	
38	b	a	a					a		d	a
39	a		e					a		b	a
40	d	d	d	a	d	e	e	e	e	d	d
41	d	d	e					a		a	
42	d	d	e					a	e	d	a
43	d	d	d	a	d	e	e	d	e	d	d
44	d	d	e					a	a	a	a
45	a	a	a					a	a	a	a
46	d	d	e					a	a	a	a
47	d		a					a	a	a	a
48	c	d	e					a	a	a	a
49	b	a	e	e	e	e	e	a	a	a	a
50	c	d	e	e	e	e	e	a	a	c	a
51	b	d	e	e	e	e	e	a	a	b	a
52	d	d	a	a	d	e	e	d	d	a	a
53	d	d	e					a	a	d	d
54	b	a	e					a	a	b	a
55	b	a	e					a	a	d	a
56	d	d	e	e	e	e	e	a	a	a	a
57	d	d	b	a	d	d	e	a	a	b	d
58	b	d	a	a	a	e	e	a	a	a	a
59	d	d	e	e	e	e	e	a	a	d	d
60	d	d	a	e	e	e	e	a	a	d	a
61	d	d	e					e		e	
62	b	a	a					a		a	

***Anexo 4 – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social empresarial para
Micro e Pequenas Empresas 2007***

Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas

2007

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

INSTITUTO
ETHOS

SEBRAE

Patrocinadores

Abradee

A Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee) concede para suas associadas, desde 2000, o Prêmio Abradee de Responsabilidade Social, utilizando como principal critério de apuração os *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. Nestes sete anos, a utilização dos referidos indicadores contribuiu de maneira significativa para que mais de 30 empresas distribuidoras de energia elétrica alcançassem importantes avanços na área socioambiental.

Banco Itaú

Para o Banco Itaú, as *Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos* são importantes instrumentos de aprendizagem e consolidação de conhecimentos da responsabilidade social empresarial. Por essa razão, patrocinamos a sua publicação em 2006 e 2007. Acreditamos que o compromisso do Itaú com a sustentabilidade, além de permear as estratégias de negócios, se expressa também na contribuição para a construção e disseminação de boas práticas de responsabilidade socioambiental.

Medley

A Medley participa das publicações *Ferramentas de Gestão 2007* por fazer questão de apoiar iniciativas que tenham por objetivo discutir, aprimorar e referendar os temas da sustentabilidade e responsabilidade empresarial. O setor farmacêutico, pela sua própria natureza de atuação, tem grandes oportunidades para desenvolver e fomentar a cultura da gestão responsável. Em nosso aprendizado, estas ferramentas têm sido muito importantes e, por isso, patrocinar publicações como esta é mais uma oportunidade para compartilhar esses conceitos em busca da construção de uma sociedade mais sustentável, que proporcione um crescimento equilibrado para todos.

Natura

A Natura acredita que as *Ferramentas de Gestão* do Instituto Ethos são instrumentos importantes para subsidiar as empresas no estabelecimento de planos de ação e metas a serem incorporados no seu planejamento estratégico, a fim de aprimorar sua gestão socialmente responsável.

Petrobras

A Petrobras atua pautada pela responsabilidade social e ambiental e busca o desenvolvimento com a cidadania associada à excelência de suas operações no setor de óleo e gás. Deste modo, patrocina as *Ferramentas de Gestão*, desenvolvidas pelo Instituto Ethos, importantes instrumentos para a consolidação de uma gestão empresarial socialmente responsável. As *Ferramentas* alinham-se à atuação da companhia na disseminação de práticas de responsabilidade social e ambiental nas empresas e na formação de parcerias para a construção de um modelo de desenvolvimento sustentável.

Samarco

As *Ferramentas de Gestão* do Instituto Ethos vêm se consolidando como fundamentais para uma gestão empresarial madura e socialmente responsável. Há cinco anos a Samarco faz uso dessas ferramentas, em especial, dos *Indicadores Ethos*, que em 2006 passaram a ser utilizados para medir o desempenho socioambiental da empresa, vinculados a seu mapa estratégico. Patrocinar essa iniciativa reforça o compromisso da Samarco com o desenvolvimento sustentável.

Sesi-SC

O Serviço Social da Indústria de Santa Catarina (Sesi-SC) reafirma em 2007 seu apoio às *Ferramentas de Gestão* do Instituto Ethos, instrumento que considera fundamental para a disseminação e promoção de práticas e valores indispensáveis ao desenvolvimento sustentável. O Sesi-SC também aplica essas ferramentas na avaliação de seu modelo de gestão socialmente responsável, em vigor desde 2002. Fornecedor de serviços sociais à indústria, o Sesi-SC conscientiza as empresas sobre a importância da responsabilidade social para a manutenção dos negócios e qualidade do relacionamento com seus diversos públicos de interesse.

Suzano

Apoiamos a iniciativa do Instituto Ethos em publicar as *Ferramentas de Gestão* por acreditarmos que as organizações necessitam desenvolver uma visão ampla e integrada de todos os instrumentos que as auxiliam na condução da responsabilidade corporativa, para que consigam promover a evolução dessa prática em seus relacionamentos com a sociedade.

Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas versão 2007

**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)**



Sumário

Apresentação

O Que São Microempresa e Pequena Empresa	v
Reflexão Inicial	v
Estrutura do Questionário	viii
Instruções para Preenchimento dos Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial	xii

Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas

Valores, Transparência e Governança	1
Público Interno	6
Meio Ambiente	14
Fornecedores	17
Consumidores e Clientes	21
Comunidade	26
Governo e Sociedade	33

Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas 2007

é uma publicação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, disponível para acesso gratuito em www.ethos.org.br.

Realização**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85, 10º. andar

05423-040 — São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax.: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Site: www.ethos.org.br

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

SEPN Quadra 515, Bloco C, Loja 32

70770-900 — Brasília, DF

Tel.: (61) 3348-7100

Site: www.sebrae.com.br

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), Banco Itaú, Medley, Natura, Petrobras, Samarco, Sesi-SC e Suzano

Apoio Institucional

Inter-American Foundation (IAF)

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)

Benjamin S. Gonçalves, Carmen Weingrill, Edna Arantes, Evandro Manzano, Gláucia Terreo, José Adolfo Ramos da Conceição, José Otávio Knaack Jr., Karen Sitta, Leno F. Silva, Lucia Maria Enout Mendonça, Marcia Mello, Oscar Ferreira da Silva Jr., Nelmar Arbex, Paulo Itacarambi, Roberta Paro, SRC Design, Telma Moretti.

Revisão e Desenvolvimento da Versão 2006

Colaboradores do Instituto Ethos

Ana Lucia de Melo Custodio, Carla Stocov Oliveira, Fabíola da Motta Calazans, Gláucia Térreo, Gustavo Baraldi, John Butcher, Renato Moya (coordenação),

Luciana de Souza Aguiar, Maria Cristina Bumachar Carvalho, Patrícia de Caires Sogayar, Paulo Itacarambi, Tarcila Reis Ursini, Tereza Cristina de Almeida Rosa.

Colaboradores Convidados

Homero Santos, Leonardo Gloor, Lucia Maria Enout Mendonça, Luiz Carlos de Macedo, Marcia Hirata, Roberta Cardoso, Telma Moretti e Vandrezza Freira.

Coordenação da Revisão da Versão 2007

Ana Lucia de Melo Custodio e Renato Moya.

Edição

Benjamin S. Gonçalves

Captação de Recursos

Luciana de Souza Aguiar e Maria Cristina Bumachar

Projeto e Produção Gráfica

Waldemar Zaidler (Planeta Terra Design)

São Paulo, junho de 2007

É permitida a reprodução do conteúdo deste manual desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
 2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
 3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
 4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.
- Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço "Fale Conosco", do site www.ethos.org.br.

Apresentação

O tema da responsabilidade social empresarial (RSE) está cada vez mais presente na agenda das organizações empresariais em todo o mundo. A complexidade atual da economia faz com que as empresas se reorganizem e revejam seus conceitos e práticas para poderem enfrentar com ética e transparência os desafios de um mercado cada vez mais competitivo e, ao mesmo tempo, atender às crescentes demandas da sociedade. Nesse novo contexto, as empresas, independentemente de seu porte e do setor a que pertençam, devem investir na qualidade do relacionamento cotidiano que estabelecem com seus diversos públicos e participar de um esforço conjunto em direção ao desenvolvimento social e ambiental, aliado ao econômico.

No ano de 2003, o Instituto Ethos e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) desenvolveram duas publicações, com o objetivo de incentivar e contribuir para que a RSE fosse incorporada pelo universo das micro e pequenas empresas: *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas*, e *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo*. Essas publicações formam

um conjunto de ferramentas de gestão para micro e pequenas empresas e estão disponíveis para *download* gratuito em www.ethos.org.br e www.sebrae.com.br.

Dando continuidade a essa iniciativa, o Instituto Ethos revisou em 2006 o conteúdo dos *Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas* e depois os adaptou para aplicação por meio do sistema *on-line* para preenchimento dos *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*, disponível em www.ethos.org.br.

Os *Indicadores Ethos* são uma ferramenta de auto-avaliação e aprendizado da gestão empresarial no que se refere à incorporação de práticas de responsabilidade social. Estruturados em forma de um questionário que é disponibilizado gratuitamente para as empresas desde o ano de 2000, sua aplicação consiste num processo de levantamento e preenchimento de dados que são enviados, via sistema, para o Instituto Ethos.

As informações cadastrais da empresa, suas respostas ao questionário e seu relatório de diagnóstico são tratados com máxima **confidencialidade**¹ pelo Instituto Ethos e só serão disponibilizados a terceiros mediante autorização expressa da própria empresa.

¹ O Instituto Ethos não utiliza os dados recebidos das empresas para nenhum tipo de premiação ou confecção de ranking.

Apresentação

A adaptação do sistema dos *Indicadores Ethos* para aplicação por parte de micro e pequenas empresas tem o objetivo de proporcionar uma ferramenta que as auxilie no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a responsabilidade social e com o desenvolvimento sustentável. O Instituto Ethos acredita que a absorção desses conceitos pelos dirigentes de pequenas e microempresas pode provocar um forte impacto na economia e na sociedade brasileira. Afinal, as empresas desses portes empregam 14,6 milhões dos 31,5 milhões de trabalhadores registrados no país².

Os empresários de micro e pequenas, por sua vez, têm demonstrado que podem responder com ações efetivas às novas exigências e necessidades do mercado. É crescente entre esses empreendedores a consciência de que a gestão socialmente responsável é a nova maneira de gerenciar os negócios e de tomar decisões, o que certamente contribuirá para a disseminação de novos valores para a sociedade, a promoção da equidade social e da sustentabilidade ambiental e a construção de um país melhor.

² Dado extraído da *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)*, do Ministério do Trabalho (2004).

O Que São Microempresa e Pequena Empresa

Nesta publicação adotamos as definições de microempresa e pequena empresa adotadas pelo Sebrae, que classifica os portes de acordo com o número de pessoas ocupadas, como informado a seguir.

Microempresa

Define-se como microempresa o estabelecimento que mantenha:

até 19 pessoas ocupadas;

até 9 pessoas ocupadas.

Pequena empresa

Define-se como pequena empresa o estabelecimento que mantenha:

de 20 a 99 pessoas ocupadas;

de 10 a 49 pessoas ocupadas.

Reflexão Inicial

"Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais."

Até pouco tempo atrás, a competitividade era baseada em duas grandes vertentes: preço e qualidade. Atualmente, o mercado está incorporando um novo fator de competitividade: a qualidade das relações.

Mas o que são relações de qualidade? São relações éticas e transparentes que adicionam valor para todas as partes envolvidas. Para atingir esse objetivo, é necessário manter um

diálogo franco e justo com todos aqueles que participam do cotidiano do seu negócio, ou seja, seus empregados, fornecedores, clientes, concorrentes, autoridades de sua cidade, de seu Estado e de seu país, os vizinhos de sua empresa etc. Dessa forma, todos saberão o que podem e devem esperar da sua empresa, bem como o que a sua empresa espera de cada um, em termos de relacionamento e atuação.



A RSE só se integrará à forma de gerir sua empresa se, antes de tudo, você conhecer o novo ambiente de negócios que se desenhou e no qual você e sua empresa necessitam conviver. Porque é nesse novo ambiente que você deverá planejar seus negócios futuros.

Buscando iniciar a reflexão sobre esse tema, gostaríamos que você assinalasse no questionário a seguir a alternativa que melhor refletisse a verdade sobre sua empresa.

1. Sobre responsabilidade social empresarial:

- a. É o primeiro contato que tenho com esse tema.
- b. Tenho poucos conhecimentos.
- c. Estou buscando ampliar os conhecimentos que tenho.

2. Quanto a obrigações legais, minha empresa:

- a. Acha inviável cumprir as normas e obrigações legais.
- b. Cumpre a maioria das normas e obrigações legais.
- c. Tem as normas e obrigações legais como prioridade.

3. Ética, para mim, é:

- a. Um conceito ainda abstrato.
- b. Fácil de ser entendida, porém difícil de ser aplicada.
- c. A base de fundamentação do relacionamento humano.

4. Em relação à forma de lidar com as pessoas na minha empresa:

- a. Trato cada uma como merece ser tratada.
- b. Busco tratar a todas de maneira similar para não gerar conflitos.
- c. Busco identificar as necessidades de cada empregado e atendê-las sempre que possível.

5. Sobre o meio ambiente:

- a. Dificilmente penso sobre isso.
- b. Preocupo-me com isso, mas não tenho feito nada a respeito.
- c. Procuro respeitar o meio ambiente e incentivar outros a fazer o mesmo, com soluções práticas.

6. Quando me relaciono com meus fornecedores:

- a. Constantemente tenho conflitos e sempre me sinto prejudicado.
- b. Tenho uma relação amigável.
- c. Busco fornecedores que sejam meus parceiros, tenham princípios similares aos meus e contribuam para meu negócio.

7. Em relação aos meus clientes ou consumidores:

- a. Os clientes são importantes, mas é impossível agradá-los.
- b. Procuro considerar os clientes ao tomar minhas decisões.
- c. Trato meus clientes como eu gostaria de ser tratado por meus fornecedores.

8. Se eu pudesse ouvir o que as pessoas da comunidade dizem a respeito de minha empresa, certamente seria uma destas frases:
- a. "Torço para que eles progridam muito e se mudem para outro lugar!"
 - b. "Zé! Se forem contratar alguém na empresa em que trabalha, você me avisa, hein?"
 - c. "As coisas melhoraram muito depois que o pessoal da (...) chegou por aqui!"
9. Em época de eleições, na minha empresa:
- a. É proibido discutir política... Já bastam as encrencas por causa de futebol!
 - b. As pessoas têm liberdade para divulgar "santinhos" dos candidatos que quiserem.
 - c. Procuro conscientizar os empregados e a comunidade da importância do voto e, quando possível, organizamos debates sobre o assunto.

Esse questionário inicial é um exercício para começarmos a entender que a RSE estará refletida nos vários relacionamentos da empresa, nos seus valores, na transparência com que ela lida com suas obrigações, inclusive as referentes à sua governança, na forma como trata seus empregados, ou seja, seu público interno, na forma como trata o planeta, nosso meio ambiente, no tipo de relação que tem com seus fornecedores, consumidores e clientes, no tipo de relacionamento que busca ter com seus vizinhos, sua cidade, ou seja, com a comunidade à qual pertence, e, finalmente, no tipo de contribuição que oferece ao influir no governo e na sociedade. Esses são os temas que estarão representados na ferramenta que elaboramos.

Se para todas as questões você respondeu a letra "c", sua empresa e você já caminharam bastante na trilha da responsabilidade social empresarial (talvez você nem soubesse...), e esse instrumento vai ajudá-lo a encurtar esse caminho. Se você respondeu com as letras "a" e "b", mas gostaria de ter respondido com a letra "c", você já está refletindo sobre a RSE, e esses indicadores poderão auxiliá-lo a encontrar os meios para lidar com esse tema. Porém, se você acredita firmemente que a letra "a" é sempre a melhor resposta, recomendamos que você, além de responder às questões a seguir, informe-se sobre o novo contexto do mundo dos negócios no qual estamos inseridos.

Uma sugestão para isso seria conhecer os materiais publicados pelo Instituto Ethos e pelo Sebrae e entrar em contato com essas instituições para mais informações.

Se sua empresa já está familiarizada com o tema da RSE, um olhar mais detalhado sobre as práticas que vêm sendo adotadas e um planejamento orientado para a melhoria e o aperfeiçoamento das ações empresariais poderão ajudá-lo a evoluir mais rapidamente. Como sabemos, o planejamento aborda as decisões que devemos tomar hoje para alcançar o resultado futuro desejado e indica as ações que deverão ocorrer dentro de um período de tempo para que possamos chegar ao nosso objetivo.

Caso sua empresa esteja iniciando o contato com o tema, os *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial* vão ajudá-lo a implantar um gerenciamento voltado para a melhoria da qualidade das relações da empresa com seus diversos públicos, além de fazê-lo refletir sobre os principais aspectos a serem considerados (e talvez modificados) nesse novo contexto. Neste momento, o ganho principal será convidar pessoas a opinar, a participar dessa discussão, reunir informações e definir os valores que conduzirão os negócios e a postura dos empregados da empresa.

Estrutura do Questionário

Valores, Transparência e Governança

Indicador 1

A empresa possui documento escrito que explique qual são os compromissos assumidos por ela no que se refere às relações pessoais e ambientais?

Por documento e/ou outro instrumento de apoio

	Sim	Não	NA
1. existência	4	3	2
2. atualizado	4	3	2
3. formalizado	4	3	2
4. acessível	4	3	2
5. a empresa tem e utiliza uma política integrada envolvendo áreas ambientais, sociais, econômicas, legais, éticas e de segurança?	4	3	2

14. Indicar o nome de quem formulou, atualizou ou revisou o conteúdo do instrumento (por escrito ou verbalmente, e data da última atualização).

O que fazer

Como fazer	Quando fazer
1. atualizar o documento	1. atualizar o documento
2. formalizar o documento	2. formalizar o documento
3. tornar o documento acessível	3. tornar o documento acessível
4. integrar a política da empresa	4. integrar a política da empresa
5. integrar a política da empresa	5. integrar a política da empresa

Tema

O questionário de avaliação da empresa está dividido em sete grandes temas:

Valores, Transparência e Governança
Público Interno
Meio Ambiente
Fornecedores
Consumidores e Clientes
Comunidade
Governo e Sociedade

Valores, Transparência e Governança

Indicador 1

A empresa possui documento escrito que explique qual são os compromissos assumidos por ela no que se refere às relações pessoais e ambientais?

Por documento e/ou outro instrumento de apoio

	Sim	Não	NA
1. existência	4	3	2
2. atualizado	4	3	2
3. formalizado	4	3	2
4. acessível	4	3	2
5. a empresa tem e utiliza uma política integrada envolvendo áreas ambientais, sociais, econômicas, legais, éticas e de segurança?	4	3	2

14. Indicar o nome de quem formulou, atualizou ou revisou o conteúdo do instrumento (por escrito ou verbalmente, e data da última atualização).

O que fazer

Como fazer	Quando fazer
1. atualizar o documento	1. atualizar o documento
2. formalizar o documento	2. formalizar o documento
3. tornar o documento acessível	3. tornar o documento acessível
4. integrar a política da empresa	4. integrar a política da empresa
5. integrar a política da empresa	5. integrar a política da empresa

Indicador

Os temas, por sua vez, são divididos em 36 indicadores que obedecem a seguinte estrutura:

1

Indicador 1 Compromisso Ético

A empresa possui documentos escritos que definem quais são os comportamentos esperados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais?

Sim Não

Se a resposta for "sim", descreva brevemente os documentos em uma das seguintes opções:

1. Código de ética

2. Manual de conduta

3. Normas de conduta

4. Regras de conduta

5. Outros (descreva)

Se a resposta for "não", descreva brevemente as razões para isso em uma das seguintes opções:

1. Não há necessidade

2. Não há tempo

3. Não há recursos

4. Não há interesse

5. Outros (descreva)

Pergunta-Chave

Propõe a reflexão sobre qual é o nível de adequação de determinada prática na gestão da empresa, com cinco opções de resposta:

1. *Não* – Quando a situação retratada não estiver inserida na prática da empresa.
2. *Em Parte* – Quando apenas alguns dos fatores retratados na situação fizerem parte do cotidiano da empresa.
3. *Em grande parte* – Quando a situação retratar uma condição próxima da realidade da empresa.
4. *Sim* – Quando a situação descrita fizer parte integral da realidade da empresa.
5. *Não vemos aplicação disso em nossa empresa* – Quando o tema desse indicador não se aplicar à realidade da empresa.

Se a resposta for "*não*" ou "*não vemos aplicação disso em nossa empresa*", as demais perguntas do indicador serão consideradas como não aplicáveis.

1

Indicador 1 Compromisso Ético

A empresa possui documentos escritos que definem quais são os comportamentos esperados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais?

Sim Não

Se a resposta for "sim", descreva brevemente os documentos em uma das seguintes opções:

1. Código de ética

2. Manual de conduta

3. Normas de conduta

4. Regras de conduta

5. Outros (descreva)

Se a resposta for "não", descreva brevemente as razões para isso em uma das seguintes opções:

1. Não há necessidade

2. Não há tempo

3. Não há recursos

4. Não há interesse

5. Outros (descreva)

Perguntas Binárias (*sim* ou *não*)

Relacionadas ao tema tratado na pergunta-chave, contêm elementos de validação e aprofundamento sobre o tema e contribuem para a compreensão de quais práticas devem ser incorporadas à gestão dos negócios.

Além das opções "*sim*" e "*não*" há ainda a opção "*não se aplica*", para perguntas que não se aplicarem à realidade da empresa.

Essas perguntas devem ser obrigatoriamente respondidas, exceto nos casos em que a pergunta-chave correspondente não é aplicável à realidade da empresa.

Perguntas Quantitativas

Propõem o levantamento sistemático de dados que serão úteis no monitoramento interno da empresa. Embora alguns indicadores não apresentem esse tipo de pergunta, os dados pedidos devem ser levantados precisamente, uma vez que permitem um melhor entendimento da evolução das práticas de responsabilidade social.

Espaço para Anotações de Planejamento

É um espaço reservado para anotações sobre formas adequadas de a empresa lidar com a situação abordada no indicador. O preenchimento desse espaço dependerá das discussões realizadas pelo grupo que estiver respondendo o questionário. Por meio dessas discussões, pode-se concluir que algumas ações deverão ser tomadas:

Imediatamente

Ações de fácil implantação, cujos recursos necessários estão disponíveis e só dependem de uma mudança de postura da empresa.

1

Indicador 1 - Compromissos Éticos

A empresa possui documento escrito que explique qual é o comportamento esperado por ela em que se refere às relações pessoais e comerciais?

Resposta: ☐ Sim ☐ Não

Se a resposta for "sim", qual documento é esse?

1. Nome do documento

2. Data de criação

3. Responsável

4. Onde está o documento

5. A empresa possui um código de conduta escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

6. Nome do código

7. Data de criação

8. Responsável

9. Onde está o código

10. A empresa possui um código de ética escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

11. Nome do código

12. Data de criação

13. Responsável

14. Onde está o código

Após algum planejamento

O grupo sabe que a empresa pode realizar as ações, porém existem fatores que devem ser considerados para que isso possa ocorrer.

1

Indicador 1 - Compromissos Éticos

A empresa possui documento escrito que explique qual é o comportamento esperado por ela em que se refere às relações pessoais e comerciais?

Resposta: ☐ Sim ☐ Não

Se a resposta for "sim", qual documento é esse?

1. Nome do documento

2. Data de criação

3. Responsável

4. Onde está o documento

5. A empresa possui um código de conduta escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

6. Nome do código

7. Data de criação

8. Responsável

9. Onde está o código

10. A empresa possui um código de ética escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

11. Nome do código

12. Data de criação

13. Responsável

14. Onde está o código

Após obter informações

O grupo não possui todas as informações necessárias para planejar ações voltadas para esse assunto. Para assumir uma posição, precisa pesquisar os dados sobre a situação com outras pessoas, empresas ou organizações ou aprofundar-se mais no tema.

1

Indicador 1 - Compromissos Éticos

A empresa possui documento escrito que explique qual é o comportamento esperado por ela em que se refere às relações pessoais e comerciais?

Resposta: ☐ Sim ☐ Não

Se a resposta for "sim", qual documento é esse?

1. Nome do documento

2. Data de criação

3. Responsável

4. Onde está o documento

5. A empresa possui um código de conduta escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

6. Nome do código

7. Data de criação

8. Responsável

9. Onde está o código

10. A empresa possui um código de ética escrito, com normas, princípios e diretrizes éticas?

11. Nome do código

12. Data de criação

13. Responsável

14. Onde está o código

Não neste momento, porque não se acredita que algo possa ser feito

O grupo julga impossível adequar-se àquela afirmação. A justificativa para isso busca aprofundar a reflexão e dissipar possíveis resistências ao tema. Dessa forma, pode-se futuramente "atacar" os motivos da impossibilidade ou buscar ajuda para resolvê-los.

Pode-se anotar para um mesmo indicador ações que podem ser implantadas imediatamente e outras para cuja execução é necessário obter determinadas informações.

Além das ações previstas, deverão ser anotados os nomes dos responsáveis por sua implementação e o prazo estabelecido para atingir os objetivos.

Instruções para Preenchimento dos Indicadores

Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial

Orientações Gerais

A seguir, sugerimos uma forma de utilizar esta ferramenta, respondendo algumas perguntas que poderão auxiliá-lo nesse processo:

Quem deve liderar o processo?

Recomendamos que o proprietário ou sócio da empresa adote esse processo. A reflexão sobre o tema pode ter sido sugerida por um empregado ou por um grupo de empregados, mas o apoio e o envolvimento do “dono do negócio” serão essenciais quando surgirem pontos polêmicos ou conflitantes dentro da equipe. Assim, mesmo que haja delegação na condução das atividades do processo, a cumplicidade e a vontade de “fazer acontecer” do proprietário da empresa serão fundamentais.

Quem deve participar dessa avaliação?

Depende do número de empregados e da disponibilidade que se tenha dentro da empresa. Indicamos que estejam representadas no preenchimento da ferramenta todas as partes interessadas da vida empresarial (sócios, empregados, clientes, fornecedores), tornando a análise mais completa. No entanto, se essa forma for inviável, a análise pelo pessoal interno pode ser bastante produtiva. Caso a empresa tenha um número pequeno de empregados (até dez, por exemplo) e todos puderem opinar nesse processo, acreditamos que a implantação seja facilitada e a análise mais representativa.

Em empresas com número maior de empregados, será adequado optar por um grupo que represente os vários aspectos da empresa (empregados administrativos, de produção, de atendimento, de liderança, proprietários etc.). Com o amadurecimento do processo, a integração dos diversos públicos interessados, como fornecedores, clientes, membros da comunidade etc., complementaria a análise e agregaria uma visão externa à empresa.

Por onde começar?

Abaixo estão as ações que devem ser inicialmente desenvolvidas:

- a. Divulgar na empresa os conceitos de responsabilidade social empresarial e os objetivos da utilização dos *Indicadores Ethos–Sebrae*;
- b. Indicar aos empregados um responsável por esclarecer, pesquisar e encaminhar dúvidas que possam surgir sobre o tema, o qual chamaremos nesta publicação de líder do processo;
- c. Definir quem participará do preenchimento dos *Indicadores Ethos–Sebrae*;
- d. Marcar datas para realizar o preenchimento da ferramenta e o tempo reservado para essa atividade. Pode-se responder, por exemplo, a um tema por dia.

Como encaminhar o processo?

Depois da divulgação dos conceitos, da escolha do líder do processo e da definição da forma de preenchimento da ferramenta, outras providências serão produtivas:

- a. Escolha um redator para as discussões, ou seja, alguém que se encarregue de anotar o que está sendo discutido, comentado e combinado.
- b. Outra figura necessária é o facilitador, isto é, alguém que vai colaborar no processo assegurando que todos os participantes exponham suas opiniões (e sejam ouvidos), que as discussões não tenham caráter pessoal, que o foco seja sempre a empresa como um todo, que não haja desvios do assunto discutido e, principalmente, que as divergências explicitadas sirvam para ampliar e trazer novas formas de abordar o assunto discutido. O líder do processo poderá incumbir-se desse papel, caso tenha o perfil necessário.
- c. Outro passo importante (que deve ser abordado pelo sócio/proprietário da empresa) é a sinceridade com a qual o assunto deve ser tratado. O empreendedor tem de deixar claro que todas as empresas possuem pontos a serem melhorados e que é isso o que se busca com essa ferramenta. O ambiente precisa estar isento do “medo de retaliações” pelas opiniões desfavoráveis à empresa — deve-se garantir que os participantes possam expressar suas verdadeiras opiniões, uma vez que este é um processo construtivo.
- d. Após o término dos trabalhos, os resultados serão apresentados a todos os empregados da empresa, que deverão ser convidados a dar sua contribuição e sugerir ações para o alcance das metas estabelecidas.

Como preparar as informações levantadas para incluí-las no planejamento da empresa?

A execução adequada e completa das etapas descritas anteriormente resultará no início do planejamento. É hora de utilizar as anotações do redator e todas as informações descritas ao final de cada indicador. Recomenda-se dar continuidade ao planejamento considerando as ações sugeridas no planejamento global da empresa.

Caso o proprietário/sócio da empresa tenha participado integralmente dessas atividades, entendemos que o planejamento esteja concluído. Se não for esta a situação, será necessário apresentar o resultado do planejamento ao(s) dono(s) do negócio, não apenas para aprovar o plano, mas principalmente para conseguir seu comprometimento.

Envio das Respostas e Recebimento do Relatório de Diagnóstico

O Instituto Ethos desenvolveu um sistema por meio do qual a empresa pode responder o questionário no ritmo que lhe for conveniente e liberar suas respostas, via sistema, para que elas entrem, junto com as respostas das demais empresas, no processamento estatístico feito pelo Instituto Ethos. Nesse processamento, as respostas das empresas são convertidas em pontuação e notas, as quais são enviadas a elas, pelo Instituto Ethos, num relatório de diagnóstico. Com esse relatório a empresa pode comparar seu desempenho com o de um grupo de *benchmarking* (as dez empresas com melhor desempenho) e com a média do grupo de empresas que responderam ao questionário no mesmo período. O relatório de diagnóstico estará disponível na área restrita da empresa, em data a ser divulgada pelo Instituto Ethos.

Indicadores Ethos Setoriais

Com o objetivo de fornecer às empresas a possibilidade de um autodiagnóstico mais preciso e aprofundado, o Instituto Ethos vem desenvolvendo desde 1999 indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades de cada setor empresarial. Esses indicadores são complementares aos *Indicadores Ethos de RSE* gerais e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação. Para maior legitimidade e engajamento das empresas nesse trabalho, o Instituto Ethos procura realizá-lo em parceria com entidades que representam nacionalmente os setores.

Os setores já contemplados com indicadores próprios são: o de distribuição de energia

elétrica, cujos indicadores foram lançados em 1999; o de panificação e o de restaurantes e bares, em 2002; o financeiro, o de mineração e o de papel e celulose, em 2003; o de transporte de passageiros terrestres, o de petróleo e gás, o da construção civil e o do varejo, em 2005. Caso sua empresa atue num desses setores, as questões setoriais serão automaticamente incorporadas ao questionário.

Mais informações sobre os *Indicadores Ethos Setoriais* podem ser obtidas na área Autodiagnóstico Setorial, na página dos Indicadores Ethos em www.ethos.org.br. Empresas e entidades empresariais dos demais setores que tenham interesse em desenvolver indicadores próprios devem entrar em contato com o Instituto Ethos, pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Uso dos Indicadores Ethos na Gestão de RSE das Cadeias de Valor

Para fomentar a indução de práticas de responsabilidade social, o Instituto Ethos reformulou em 2007 o sistema dos Indicadores Ethos. Agora as organizações poderão ter acesso aos indicadores de RSE de seus fornecedores e clientes, desde que obtenham seu consentimento. Ao preencher o questionário dos Indicadores Ethos, as empresas fornecedoras e clientes poderão autorizar, via sistema, o acesso às suas informações, permitindo que as empresas com as quais possuem contrato de fornecimento tenham acesso a seus dados cadastrais, indicadores de RSE e relatórios de diagnóstico.

Essa iniciativa visa estimular e facilitar os processos de gestão socialmente responsável nas cadeias de valor das empresas já comprometidas com o tema e que esperam

ampliar os resultados de suas ações por meio de seus fornecedores e clientes. O novo sistema permitirá apontar prioridades, estabelecer metas e iniciativas conjuntas, facilitar o acompanhamento das ações por meio de avaliações periódicas e muitas outras possibilidades para que a empresa e sua cadeia de valor evoluam juntas em direção à sustentabilidade.

Se sua empresa tem interesse em desenvolver essa iniciativa junto com o Instituto Ethos ou deseja ter mais informações sobre ela, entre em contato conosco pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

O sistema dos Indicadores Ethos de RSE está disponível no site www.ethos.org.br.

Glossário de Conceitos e Definições

Na área dos Indicadores Ethos de RSE, no site do Instituto Ethos, está também um glossário de conceitos e definições com o objetivo de esclarecer os termos mais relevantes para a compreensão das questões apresentadas em cada indicador, facilitando assim o preenchimento do questionário.

Contate-nos

Para obter informações específicas sobre os *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial*, entre em contato com o Instituto Ethos, pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Valores, Transparência e Governança

Indicador 1

Compromissos Éticos

A empresa possui documento escrito que esclarece quais são os comportamentos incentivados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais?³

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

Esse documento é de amplo conhecimento de seus:	SIM	NÃO	NA
1.1. empregados?			
1.2. clientes?			
1.3. fornecedores?			
1.4. comunidade?			
1.5. A empresa procura envolver suas partes interessadas (empregados, clientes, fornecedores, comunidade) na elaboração e revisão desse documento?			
	2005	2006	2007
1.6. Indicar o número de partes interessadas envolvidas na elaboração e revisão do documento (empregados, comunidade, fornecedores, clientes, governo)			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

3 Veja a publicação do Instituto Ethos *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões* (agosto 2000), disponível em www.ethos.org.br.

Valores, Transparência e Governança

Indicador 2

Práticas Antipropina

Na empresa é expressamente proibida a prática de pagamentos ou recebimentos irregulares que tenham como objetivo facilitar negócios, influenciar decisões em benefício da empresa ou induzir pessoas a conceder permissões indevidas (a empresa, por exemplo, proíbe propinas, comissões ilícitas e favores pessoais, estabelecendo regras claras para o recebimento de presentes, brindes etc.)?

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
2.1. Existem documentos escritos, acessíveis a empregados, fornecedores e clientes, que formalizem essa proibição?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

Valores, Transparência e Governança

Indicador 3

Práticas Anticorrupção

A empresa, em sua ação, contempla de alguma forma um modo de relacionamento ético e transparente com o governo (proibindo “caixa dois” e sonegação, por exemplo, ou explicitando transparência nos registros em geral e nos balanços)?

☐ EM GRANDE PARTE**EM PARTE**

NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

3.1. Há, em algum documento escrito e divulgado aos empregados, informações sobre como eles devem se relacionar com o governo?

SIM

NÃO

NA

O que fazer:

immediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir o objetivo

1

após algum planejamento

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

1

após obter melhor informações

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

1.

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Valores, Transparência e Governança

Indicador 4

Balanço Social

A empresa tem informações sobre balanço social?⁴☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
4.1. A empresa acredita que o balanço social pode ajudá-la a medir o impacto de suas operações sobre as pessoas e o meio ambiente e a divulgar seus compromissos futuros em relação a esses temas?			
4.2. A empresa elabora seu balanço social?			
A empresa divulga seu balanço social (em murais, locais de grande circulação, jornal do bairro etc.) para:			
4.3. seu público interno?			
4.4. seus consumidores e clientes?			
4.5. seus fornecedores?			
4.6. a comunidade de entorno?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

4. Veja Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007, disponível em www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm.
Consulte também www.balancosocial.org.br.

Valores, Transparência e Governança

Indicador 5

Governança Corporativa

A empresa possui separação clara entre os negócios do proprietário e os da organização (inclusive em questões relacionadas à responsabilidade social e doações)?⁵

EM GRANDE PARTE

EM PARTE

NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
5.1. Está clara para o empresário a diferença entre seus negócios particulares e os negócios da empresa?			

O que fazer:

immediatamente

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

/

após algum planejamento

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

/

após obter melhor informações

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

5 Essa é uma discussão que diz respeito à governança corporativa da empresa, independentemente do seu tamanho. Para mais informações sobre o tema, veja o site www.ibgc.org.br.

Indicador 6

Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em oferecer a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, busca incentivar os cuidados com higiene e saúde e está aberta a críticas e sugestões relativas a esses aspectos?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
6.1. aboliu o fumo em locais de trabalho?			
6.2. incentiva os empregados a praticar atividades físicas?			
6.3. orienta os empregados quanto aos cuidados com a postura corporal durante as atividades profissionais?			
6.4. oferece instalações em boas condições de uso?			
6.5. fornece equipamento de proteção individual (EPI), como óculos, capacete e protetor auditivo?			
6.6. orienta e incentiva o uso de EPI?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

Público Interno

Indicador 7

Benefícios Adicionais

A empresa oferece benefícios adicionais aos empregados e a seus dependentes?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa oferece aos empregados:

	SIM	NÃO	NA
7.1. plano de saúde familiar?			
7.2. cesta básica?			
7.3. orientação sobre prevenção de doenças (como as causadas pelo sedentarismo, aids e outras)?			
7.4. orientação sobre as campanhas de vacinação realizadas pela rede pública?			
7.5. acompanhamento e orientação sobre calendário de vacinação dos seus filhos?			
7.6. vacinação não oferecida pela rede pública (como a vacinação contra a gripe)?			
7.7. creche no local de trabalho ou em rede conveniada?			
7.8. auxílio-alimentação?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Público Interno

Indicador 8

Critérios de Contratação

Na contratação de empregados, a empresa divulga os critérios objetivos que vai utilizar na seleção dos candidatos (como escolaridade, tempo de experiência e conhecimentos exigidos)?

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
8.1. No preenchimento de vagas, a empresa procura dar prioridade ao aproveitamento de seus próprios empregados?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Público Interno

Indicador 9

Valorização da Diversidade e Promoção da Equidade

Os critérios utilizados na seleção de pessoal são isentos de práticas discriminatórias em relação a gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas dos candidatos, bem como a pessoas com deficiência? ⁶

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
9.1. Ao divulgar vagas, a empresa não utiliza termos como "idade máxima 40 anos", "boa aparência", "sexo masculino", "sexo feminino" etc.?			

A empresa:

9.2. oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos?			
9.3. mantém programa especial para contratação de idosos?			
9.4. disponibiliza vagas para aprendizes?			

Percentuais em relação ao total de colaboradores:	2005	2006	2007
9.5. Mulheres:			
9.6. Homens:			
9.7. Indígenas:			
9.8. Negros (pretos e pardos):			
9.9. Colaboradores com mais de 45 anos:			
9.10. Pessoas com deficiência:			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

6 Veja as seguintes publicações do Instituto Ethos: *Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade*; *O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher*; *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas – Pesquisa 2005*; *O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência*; e *O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*, todas disponíveis em www.ethos.org.br.

7 Veja o manual do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso*, disponível em www.ethos.org.br.

8 De acordo com a Lei do Aprendiz, todas as empresas de médio e grande porte devem contratar aprendizes em número equivalente a no mínimo 5% e no máximo 15% do total de empregados cujas funções demandem formação profissional. As micro e pequenas empresas não são obrigadas a contratar aprendizes, porém podem fazê-lo, contribuindo assim para a formação profissional de adolescentes. Mais informações em www.leidoaprendiz.org.br.

Indicador 10

Inclusão de Pessoas com Deficiência

A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho e consumo é crescente. As dependências da empresa contam com recursos para facilitar o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva ou visual (como rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de veículos ou máquinas etc.)?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
10.1. Os empregados da empresa são orientados para conviver com pessoas com deficiência e atendê-las adequadamente?			

O que fazer:

[illegible]

Indicador 11

Relações com Sindicatos

Como forma de demonstrar respeito ao indivíduo e transparência em suas relações com o público interno, a empresa entende que é direito do funcionário participar de sindicatos e associações de classe e permite que representantes sindicais compareçam à empresa para discutir questões referentes aos interesses dos empregados?⁹

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
11.1. A empresa disponibiliza aos empregados informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como dissídio, contribuições sindicais etc.?			

[illegible]

Público Interno

Indicador 12

Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

A empresa valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados? ¹⁰

☐ SIM
☐ EM GRANDE PARTE
☐ EM PARTE
☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
12.1. subsidia cursos para os empregados?			
12.2. colabora com a realização de estágios?			
12.3. concede incentivo aos empregados matriculados em cursos de todos os níveis?			
12.4. Todos os empregados são alfabetizados?			

	2005	2006	2007
12.5. Percentual de analfabetos na empresa:			
12.6. Percentual de empregados com até a 4ª série do ensino fundamental na empresa:			
12.7. Percentual de empregados com até a 8ª série do ensino fundamental na empresa:			
12.8. Percentual de empregados com o ensino médio (colegial) completo na empresa:			
12.9. Percentual de empregados com ensino superior completo (faculdade, universidade) na empresa:			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

¹⁰ Veja os manuais do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação* e *O Compromisso das Empresas com o Alfabetismo Funcional*, disponíveis em www.ethos.org.br.

Indicador 13

Acesso à Informação

A empresa facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
13.1. A empresa procura estimular seus empregados a atualizar seus conhecimentos com recursos por ela providos (por exemplo, incentiva a leitura e torna disponíveis jornais, revistas e acesso à internet em horários previamente estabelecidos)?			
13.2. Tendo em vista que o aumento da oferta de crédito no mercado tem sido acompanhado pelo crescimento da inadimplência, muitas pessoas contraem dívidas que não conseguem pagar. A empresa orienta seus empregados quanto ao uso consciente de crédito? ¹¹			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/ /
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/ /
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/ /
Não se acredita que algo pode ser feito, porque			

11 Mais informações em www.akatu.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1346&sid=21&tpl=view%5Ftipo4%2Ehtm

Meio Ambiente

Indicador 14

Gerenciamento dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

A empresa conhece, entende e avalia os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente (como emissão de poluentes, erosão do solo, alto consumo de energia, de água e de combustível etc.), mantendo relatórios para medi-los?

☐ SIM
☐ EM GRANDE PARTE
☐ EM PARTE
☐ NÃO
☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
14.1. procura utilizar em seus processos materiais que causem menos danos ao meio ambiente?			
14.2. discute parcerias com fornecedores visando o retorno ao fabricante de materiais descartados (como produtos vencidos, pneus usados, pilhas, baterias etc.)?			
14.3. procura controlar e reduzir a poluição sonora e a poluição visual causadas por seus processos?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela implementação da ação

Prazo para atingir o objetivo

/

/

após algum planejamento

Responsável pela implementação da ação

Prazo para atingir o objetivo

/

/

após obter melhor informações

Responsável pela implementação da ação

Prazo para atingir o objetivo

/

/

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Meio Ambiente

Indicador 15

Comprometimento da Empresa
com a Melhoria da Qualidade Ambiental

A empresa procura implementar em suas dependências e em suas atividades ações que visam preservar o meio ambiente? ¹²

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa pratica em suas dependências:	SIM	NÃO	NA
15.1. coleta seletiva de lixo (tem, por exemplo, recipientes identificados para papel, vidro, metal, plástico e material orgânico)?			
15.2. economia no consumo de papel (como a utilização da frente e do verso das folhas)?			
15.3. redução do consumo de energia (por meio, por exemplo, da melhoria na iluminação natural, de aparelhos eletrônicos de menor consumo de energia, de dispositivo para cortar a energia quando o aparelho não está em uso etc.)?			
15.4. redução do consumo de água (pela instalação de torneiras com fechamento automático e de descargas com vazão reduzida, pelo aproveitamento da água da chuva para atividades industriais etc.)?			
15.5. orientação da política de compras para priorizar fornecedores que não prejudiquem o meio ambiente?			
15.6. destinação final adequada para resíduos que necessitem de tratamento específico, como pilhas, baterias, óleos, pneus e lixo hospitalar, entre outros?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

12. Veja o manual do Instituto Ethos O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente — A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal, disponível em www.ethos.org.br

Meio Ambiente

Indicador 16

Educação e Conscientização Ambiental

Uma forma efetiva de reduzir os impactos ambientais é promovendo a educação ambiental para os empregados e seus familiares e para a comunidade. A empresa faz isso?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa realiza:

	SIM	NÃO	NA
16.1. promove campanhas para reduzir o consumo de água e de energia?			
16.2. promove campanhas para reciclagem de materiais?			
16.3. promove campanhas para descarte adequado de resíduos tóxicos (como cartuchos de tinta, pilhas, cola, baterias, embalagens de agrotóxicos, produtos de limpeza, solventes etc.)?			
16.4. incentiva o transporte solidário (carona) e meios de transporte que não prejudiquem o meio ambiente?			
16.5. fornece informações sobre quais são as áreas protegidas e os animais ameaçados na região em que a empresa está instalada?			
16.6. apóia iniciativas e projetos voltados para a educação ambiental?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

Fornecedores

Indicador 17 Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

Para contratar um fornecedor, além de exigir uma boa proposta comercial (com qualidade, preço e prazo), a empresa avalia se ele mantém práticas de responsabilidade social?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
17.1. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação trabalhista?			
17.2. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação previdenciária?			
17.3. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação fiscal?			
17.4. procura saber quais são os princípios seguidos por seus fornecedores?			
17.5. procura conhecer a política de responsabilidade social de seus fornecedores?			
Para selecionar seus fornecedores, a empresa avalia:			
17.6. respeito aos direitos humanos?			
17.7. condições de trabalho adequadas?			
17.8. valorização da diversidade?			
17.9. preocupação ambiental na condução dos negócios (evitando, por exemplo a fabricação de móveis com madeira extraída de forma inadequada ou a fabricação de calçados com couro provindo de curtumes que não tratam as águas residuais)?			
A empresa:			
17.10. valoriza ou dá preferência a fornecedores que mantenham relações éticas e transparentes com seus concorrentes (não exigindo exclusividade para fornecimento, por exemplo)?			
17.11. adota critérios de compra que levam em conta a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga?			
17.12. exige nota fiscal de todos os produtos adquiridos?			
17.13. incentiva e valoriza a adoção pelos fornecedores de um sistema de gestão ambiental e de certificações ambientais (como a ISO 14001 ¹³ , o selo FSC ¹⁴ e outros)?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

¹³ A norma ISO 14001 apresenta uma série de padrões que auxiliam a empresa a estabelecer e implementar um sistema de gestão ambiental, fornecendo os requisitos que serão considerados para fins de auditoria e certificação. Com base referencial em métodos e análises, a norma busca garantir que um determinado agente produtor de bens ou serviços se utilize de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam a redução das possibilidades de ocorrência de danos ambientais. Mais informações em www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/index.html.

¹⁴ O selo FSC é uma das certificações ambientais mais importantes. O objetivo do FSC (Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal) é difundir o bom manejo florestal, conforme princípios e critérios que conciliam as salvaguardas ecológicas com os benefícios sociais e a viabilidade econômica. O selo FSC para manejo florestal atesta que a madeira ou outro insumo florestal utilizado em determinado produto é oriundo de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e foi obtido cumprindo-se todas as leis vigentes. O selo FSC para cadeia de custódia garante o rastreamento da matéria-prima florestal utilizada em produtos intermediários ou finais, desde a floresta até o consumidor final. O selo FSC serve para orientar o consumidor consciente a optar por um produto que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico da região em que foi obtido. Serve também ajudar o comprador atacadista ou varejista a escolher um produto diferenciado e com valor agregado, capaz de conquistar um público mais exigente e, assim, abrir novos mercados. Mais informações em www.fsc.org.br.

Fornecedores

Indicador 18

Empregados dos Fornecedores

A empresa verifica constantemente as condições proporcionadas por seus fornecedores aos próprios empregados?

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
18.1. A empresa solicita regularmente a seus fornecedores guias de recolhimento do FGTS e do INSS?			
A empresa realiza visitas para verificar se os fornecedores:			
18.2. utilizam mão-de-obra infantil? ¹⁵			
18.3. oferecem condições adequadas de saúde, segurança e higiene aos empregados?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

¹⁵ Como forma de prevenir e eliminar o trabalho infantil, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) adotou a Convenção 138, de 1973, sobre idade mínima para admissão a emprego, e a Convenção 182, de 1999, sobre a proibição das piores formas de trabalho infantil e sua eliminação. Fonte: OIT Brasil (www.oitbrasil.org.br)

Fornecedores

Indicador 19

Responsabilidade Social dos Fornecedores

A empresa procura, sempre que possível, orientar os fornecedores a seguir seus princípios de responsabilidade social e se dispõe a ajudá-los na sua implantação?

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:

SIM NÃO NA

19.1. desenvolve ações de responsabilidade social em parceria com seus fornecedores?

19.2. articula ou participa de programas e atividades que visam fortalecer os direitos da criança e do adolescente e a erradicar o trabalho infantil de sua cadeia produtiva?

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Fornecedores

Indicador 20

Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

A empresa busca fornecedores em cooperativas de pequenos produtores, associações de bairro e projetos de geração de renda? (como cooperativas de artesãos, incubadoras de negócios, outras micro ou pequenas empresas etc.)¹⁶

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
20.1. A empresa estimula a formalização e a capacitação de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequarem aos padrões de mercado? ¹⁷			

O que fazer:

[illegible]

16 Obtenha mais informações sobre o assunto em www.facesdobrasil.org.br.

17 Veja o manual do Instituto Ethos *Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas*, disponível em www.ethos.org.br.

Consumidores e Clientes

Indicador 21 | Excelência do Atendimento

A empresa possui um canal formal de comunicação com seus consumidores/clientes (como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender)?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
21.1. Os produtos/serviços da empresa trazem sempre instruções claras sobre como entrar em contato com ela (endereço para correspondência, telefone para contato, site ou e-mail)?			

O que fazer:**imediatamente**Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamentoResponsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informaçõesResponsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Consumidores e Clientes

Indicador 22

Dúvidas, Sugestões e Reclamações

A empresa analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e as utiliza como instrumento para aperfeiçoar suas atividades?¹⁸

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

No relacionamento com seus consumidores/clientes a empresa:

SIM NÃO NA

22.1. cria formulários para documentar as informações?

☐ ☐ ☐

22.2. analisa melhorias que possam ser implantadas?

☐ ☐ ☐

22.3. responde e/ou esclarece as dúvidas encaminhadas?

☐ ☐ ☐

22.4. estipula metas e prazos para solucionar os problemas apontados?

☐ ☐ ☐

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

18 Para saber mais sobre o tema, visite o site www.procon.sp.gov.br, da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon).

Consumidores e Clientes

Indicador 23 | Satisfação dos Consumidores/Clientes

A empresa realiza pesquisa de satisfação entre seus consumidores/clientes para, com base nos resultados, implementar melhorias em seus produtos/serviços?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

Um dos objetivos da pesquisa é:	SIM	NÃO	NA
23.1. melhorar a qualidade dos produtos/serviços?			
23.2. melhorar a qualidade do relacionamento no dia-a-dia, incluindo serviços pré e pós-venda, com transparência e ética nas relações?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Indicador 24 Política de Comunicação Comercial

Em sua comunicação (contratos e mensagens publicitárias), a empresa não utiliza conteúdo enganoso ou que induza o consumidor/cliente a erro de entendimento?



EM GRANDE PARTE

EM PARTE

□ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

24.1. não adota em sua comunicação conteúdo que se refira a aspectos que possam constranger ou desrespeitar grupos específicos (como mulheres, crianças, idosos, homossexuais, grupos raciais, grupos religiosos etc.)?

24.2. incentiva e educa seus consumidores a adotar atitudes conscientes e responsáveis de consumo (como, por exemplo, o descarte adequado de embalagens)?¹⁹

O que fazer:

immediatamente

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

/ / /

após algum planejamento

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

/

após obter melhor informações

**Responsável pela
implementação da ação**

Prazo para atingir o objetivo

1

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Consumidores e Clientes

Indicador 25

Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

A empresa pesquisa e divulga os riscos que seus produtos/serviços podem causar à saúde ou à segurança de seus consumidores/clientes?

- ☐ SIM
- ☐ EM GRANDE PARTE
- ☐ EM PARTE
- ☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
25.1. coloca aviso na embalagem de seus produtos informando sobre possíveis riscos à saúde ou à segurança de seus consumidores/clientes?			
25.2. está preparada para adotar medidas corretivas, caso seus produtos/serviços causem algum tipo de dano à saúde ou à segurança de seus consumidores/clientes?			
25.3. orienta e treina seus empregados para cumprir a legislação relacionada à comercialização responsável dos produtos (como, por exemplo: não vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício ou materiais eróticos e pornográficos a menores de 18 anos; só vender medicamentos mediante apresentação de receita médica; etc.) ²¹			
25.4. proíbe seus empregados de vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício ou materiais eróticos e pornográficos para menores de 18 anos e os conscientiza sobre possíveis danos causados por esse tipo de venda?			
25.5. só fornece informações cadastrais de um cliente a terceiros mediante a autorização dele? ²²			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

20 O artigo 81 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), instituído pela Lei 8069, de 13 de julho de 1990, proíbe a crianças e adolescentes a venda de: armas; munições; explosivos; bebidas alcoólicas; produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica; fogos de artifício; revistas e publicações de conteúdo inadequado ou impróprio; bilhetes lotéricos e equivalentes.

21 As empresas prestadoras de serviços têm como fonte potencial de danos ao cliente a exposição dos dados pessoais usados nas transações. É importante considerar também esse aspecto na auto-avaliação.

Comunidade

Indicador 26

Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

A empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade de entorno, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
26.1. realiza pesquisas com a comunidade de entorno para prevenir ou levantar possíveis problemas causados por sua atuação?			
26.2. convida moradores da região a participar de reuniões em que se abordem assuntos de interesse coletivo?			
Devido a sua atuação no entorno, a empresa toma medidas para controlar:			
26.3. o aumento da circulação de veículos?			
26.4. o descarte do lixo de forma adequada?			
26.5. a emissão de poluentes?			
26.6. o nível de ruído?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

Comunidade

Indicador 27

Relações com a Comunidade de Entorno

Sabendo que, para as micro e pequenas empresas, a prosperidade e a situação da comunidade local podem refletir diretamente no sucesso do negócio, a empresa tem práticas de gestão que beneficiam o desenvolvimento local?

☐ SIM☐ EM GRANDE PARTE☐ EM PARTE☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

Em seu relacionamento com a comunidade, a empresa procura:

SIM NÃO NA

27.1. comprar/contratar produtos/serviços de empreendedores da comunidade?

27.2. contratar empregados que residam nas proximidades?

27.3. utilizar serviços de organizações não-governamentais ou cooperativas próximas à empresa?

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Comunidade

Indicador 28

Estímulo ao Trabalho Voluntário

A empresa incentiva o trabalho voluntário de seus empregados na comunidade?²²

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:

SIM NÃO NA

28.1. acompanha o trabalho voluntário que seus empregados desenvolvem em entidades da comunidade?

28.2. reconhece a importância do trabalho voluntário de seus empregados, divulgando-o por meio de murais, jornal interno, jornal local etc.?

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

22 Sobre o assunto, veja os manuais do Instituto Ethos *Como as Empresas Podem Implementar Programas de Voluntariado* e *Como as Empresas Podem Participar de Programas de Segurança Alimentar com a Mobilização dos Empregados*, disponíveis em www.ethos.org.br.

Comunidade

Indicador 29

Envolvimento da Empresa com a Ação Social

A empresa "adotou" pelo menos uma entidade de sua comunidade e mobiliza sua rede de contatos em favor dela?²³

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

Procurando apoiar essa entidade, a empresa:

SIM NÃO NA

29.1. divulga o trabalho que ela realiza entre seus clientes e fornecedores, membros da comunidade e outras organizações?

29.2. destaca as atividades da entidade em seu material promocional, em seu site etc.?

29.3. incentiva seus empregados a atuar voluntariamente nos projetos desenvolvidos pela entidade?

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da ação

Prazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

²³ Sobre o tema, veja os seguintes manuais do Instituto Ethos: O Que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza, Segurança Alimentar e Nutricional; a Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade das Iniciativas Locais, Segurança Alimentar; a Contribuição das Entidades Empresariais, O Que As Empresas Podem Fazer Pela Inclusão Digital e Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome. Todos estão disponíveis em www.ethos.org.br.

Comunidade

Indicador 30

Relações com Entidades Beneficiadas

Existe entre a empresa e a(s) entidade(s) por ela beneficiada(s) uma conversa franca sobre o papel de cada uma na parceria?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
30.1. A empresa procura sempre acompanhar os resultados que essa parceria tem alcançado (verificando, por exemplo, que tipo de contribuição ela trouxe para a entidade, para a empresa e para as pessoas atendidas, quais são os próximos passos para dar continuidade à parceria, quando a parceria terá fim e como a entidade se manterá sem o apoio da empresa etc.)?)			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Comunidade

Indicador 31

Participação Comunitária

A responsabilidade social empresarial deve ser uma forma de gestão do negócio e o lucro é parte do processo. Ao optar por apoiar determinada entidade ou projeto, a empresa busca de algum modo conciliar seus interesses com os dessa entidade ou projeto?*

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
31.1. A empresa realiza na comunidade campanhas educacionais e/ou de interesse público, em conjunto com organizações locais?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

* Uma empresa que produz artefatos esportivos, por exemplo, resolve apoiar uma entidade que promova a educação de jovens por meio do esporte por julgar que a vinculação de sua marca a essa atividade pode ser benéfica. Outro exemplo: uma papelaria decide colaborar na recuperação de móveis e instalações da escola pública local por entender que a "simpatia" da comunidade por sua iniciativa resultará num maior volume de vendas para ela.

Comunidade

Indicador 32

Benefícios para o Negócio

A empresa acredita que obteve benefícios para o negócio como resultado de sua atividade na comunidade de entorno?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

Estão entre esses benefícios:	SIM	NÃO	NA
32.1. o aumento de vendas?			
32.2. a melhoria na relação com os fornecedores?			
32.3. a aquisição de novos contatos ou clientes?			
32.4. menor rotatividade de pessoal?			
32.5. economia em itens como segurança e manutenção do prédio?			
32.6. A empresa faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Indicador 33

Participação e Influência Social

A empresa procura participar de organizações que integrem empresários (entidades empresariais, associações comerciais, fóruns regionais etc.)?

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
33.1. A empresa utiliza esse espaço para atualizar-se e discutir com outras empresas suas dificuldades, necessidades e formas de mobilização em busca de melhores condições tanto para os negócios quanto para a comunidade?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

Indicador 34

Envolvimento em Campanhas Políticas

A empresa é criteriosa sobre seu envolvimento em campanhas políticas?²⁴

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

A empresa:	SIM	NÃO	NA
34.1. promove debates eleitorais?			
34.2. estimula o voto consciente?			
34.3. é transparente quando decide apoiar algum candidato ou partido político?			
34.4. analisa cuidadosamente a distribuição de material de campanhas políticas (porta-títulos, camisetas, sacolas, calendários, santinhos e brindes em geral)?			

O que fazer:

imediatamente

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após algum planejamento

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

após obter melhor informações

Responsável pela
implementação da açãoPrazo para atingir
o objetivo

/ /

Não se acredita que algo pode ser feito, porque

24 Sobre o assunto, veja o manual do Instituto Ethos A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Edição 2006, disponível em www.ethos.org.br.

Indicador 35

Participação e Acompanhamento
das Administrações Públicas

A empresa informa seus empregados sobre a importância de participar das administrações públicas? (opinando, por exemplo, no orçamento participativo, nas eleições de conselhos municipais, em consultas públicas etc.)

☐ SIM

☐ EM GRANDE PARTE

☐ EM PARTE

☐ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
35.1. Além de promover a participação nas administrações públicas, a empresa ainda incentiva seus empregados a fiscalizar as ações realizadas por elas?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/
Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

Indicador 36

Melhoria dos Espaços Públicos e Apoio a Iniciativas Sociais Governamentais

Sempre que necessário (e possível), a empresa colabora com a melhoria dos espaços públicos da sua região (como escolas, postos de saúde, praças, áreas verdes etc.)?



EM GRANDE PARTE

EM PARTE

□ NÃO

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)

	SIM	NÃO	NA
36.1. A empresa promove alguma ação para esclarecer os empregados sobre como utilizar o abatimento no imposto de renda em favor dos fundos da Criança e do Adolescente?			

O que fazer:

imediatamente	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/

após algum planejamento	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/

após obter melhor informações	Responsável pela implementação da ação	Prazo para atingir o objetivo	/	/

Não se acredita que algo pode ser feito, porque				

25 De acordo com o artigo 260 do Estatuto da Criança e do Adolescente, os contribuintes poderão deduzir do imposto devido, na declaração do Imposto sobre a Renda, o total das doações feitas aos fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente nacional, estaduais ou municipais — devidamente comprovadas, obedecidos os limites estabelecidos.

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

SEBRAE

Patrocínio


ilABRADEE
Associação de Pequenas Empresas

Itaú

Medley.


natura
bem estar bem

BR PETROBRAS

SAMARCO 

SESI SC


SUZANO

Apoio institucional

